

MUJERES COMERCIANTES Y POLITICA

Reconstrucción social del mercado de Bluefields¹

Por Gabriel Torres y Ronnie Vernooy

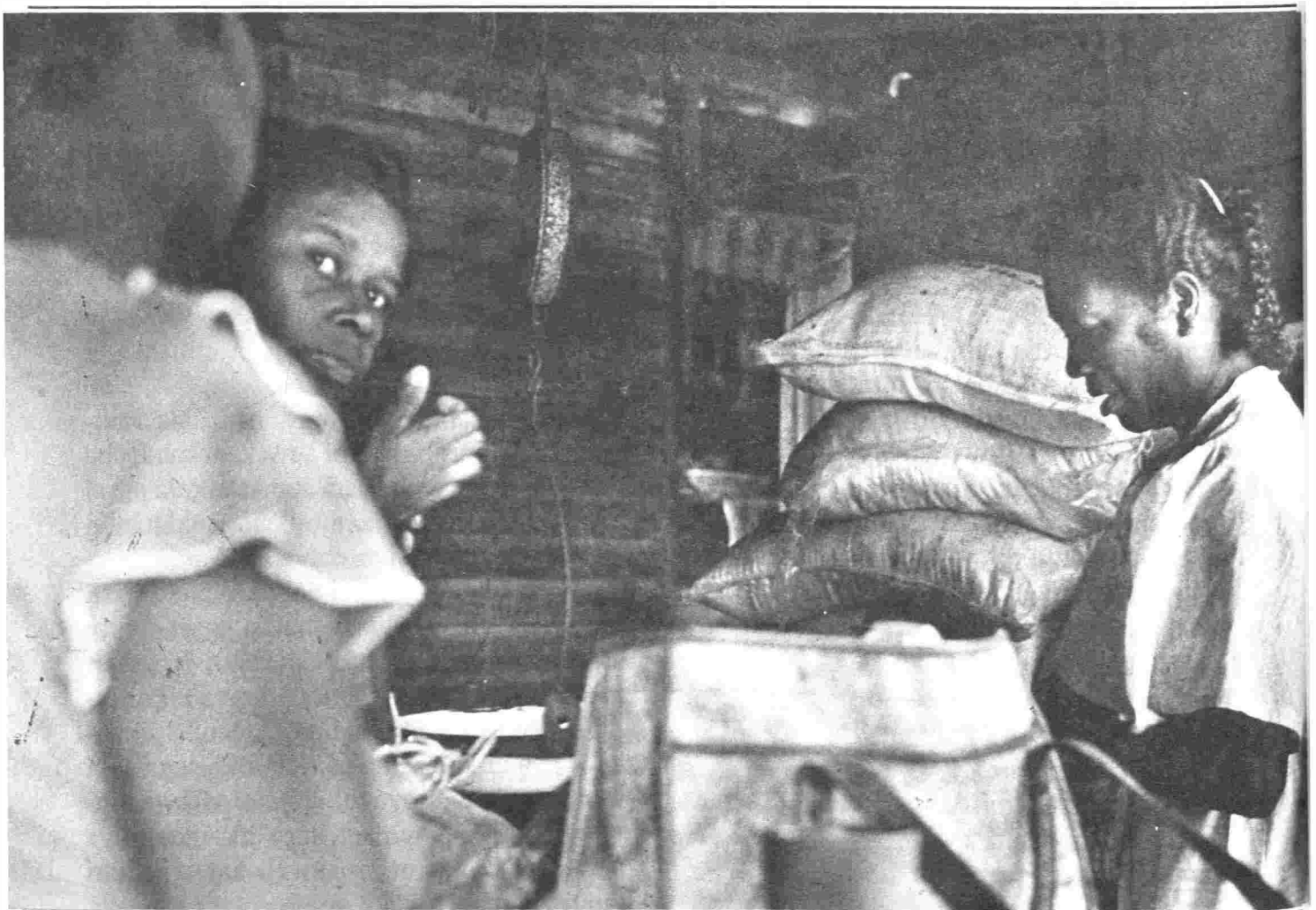


FOTO: HELEN ELLIS M.

Bluefields 1991: ¿una ciudad mercado ?²

En los últimos cinco años, Bluefields ha experimentado un rápido crecimiento de la actividad comercial, al grado que pareciera como si de pronto el mercado se hubiera tragado a la ciudad. La actividad comercial, extendida por todos sus rincones, está devorando grandes sectores urbanos, públicos y de habitat doméstico.

Esta situación es interpretada regionalmente como una de las muestras más claras de que Nicaragua ha sucumbido y está viviendo bajo el ideario del libre comercio. Pero se trata de un "mercado coyuntural",³ que se significa sobre todo por la aparición inesperada de cientos de mujeres comerciantes en sus escenarios, dando lugar no sólo a una cerrada pelea por ocupar nuevos espacios para el mercadeo, sino a la confrontación entre diversas representaciones ideológicas, prácticas sociales y estilos comerciales, en la que se discuten y actualizan las modificaciones a las reglas y costumbres del juego comercial que se venían observando localmente.⁴

Más aún, este fenómeno aparece entretejido con complicadas relaciones jurídico-políticas, que los comerciantes desarrollan en sus tratos con las autoridades locales y nacionales, con otros comerciantes y con los consumidores.⁵

Asumiendo la perspectiva teórica y metodológica orientada desde el actor social (Long 1989 y 1991), nos proponemos ofrecer un texto etnográfico enfocado analíticamente en el sentido propuesto por Marcus and Fisher (1986: 80) para la interpretación de la interrelación entre lo nacional y lo regional. La etnografía permite rescatar a los actores sociales de las abstracciones anónimas donde los ha colocado el análisis puramente macrosocial. Desde el texto etnográfico, "los títeres manipulados por fuerzas externas" se transforman en los seres sensibles que intervienen en

los cambios que se registran en el acontecer cotidiano.

El contenido etnográfico de este artículo se funda en la interacción investigadores sociales-mujeres comerciantes, desarrollada en diferentes situaciones de la actividad comercial y cotidiana.⁶ El enfoque del trabajo etnográfico se dirige a estudiar las prácticas comerciales, pero considerándolas en un sentido más amplio, como las luchas por crear y mantener espacios de sobrevivencia y de acción cotidiana.

Esto implica, también, seguir en detalle el contenido y las formas de trato de las comerciantes con los consumidores y con los políticos locales, las expresiones de sus códigos morales, los acervos de conocimiento e información y las maneras en que compiten y se solidarizan entre comerciantes, ya sea invocados en forma directa o indirecta en el escenario interactivo.

Con ello se quiere llegar a mostrar que la continuidad del proceso de reconstrucción social del mercado de Bluefields, es algo muy dinámico y mucho más complicado que una programable reconstrucción material de los establecimientos comerciales. La reconstrucción social, vista de esa manera, ha sido fundamentalmente problemática y, más aún, incoherente y multilógica.

"Comenzar de nuevo" ha sido un triste y a veces esperanzador lema usado para caracterizar la situación histórica reciente de Bluefields,⁷ dado que hasta en tres ocasiones se han presentado drásticas situaciones que demandaban un rápido tránsito, desde la destrucción hacia la reconstrucción. En 1987, mediante la aprobación del Estatuto de Autonomía, se "empezaba de nuevo" planteándose superar los desastres y las desconfianzas provocadas por la guerra y acabar con las añejas formas de comunicación prejuiciada entre el Pacífico y el Caribe nicaraguenses.

En 1988, ante un Bluefields devastado por el ciclón Joan, "el empezar de nuevo" no se redujo únicamente a la reconstrucción material, sino que también representó la reor-

ganización social de barrios e instituciones de ayuda mutua. Finalmente en 1989-90, tras el llamado "terremoto electoral", se empezaba de nuevo al intentar restablecer el pacto social entre el ciudadano de la calle y las instituciones de gobierno, lo que representaba también reemplazar a muchos de los funcionarios y reorientar las instituciones de gobierno a todos los niveles (nacional, regional y local) y en todos los rincones de Nicaragua.

No pocos historiadores sociales coincidirían en clasificar estos momentos como parteaguas de la historia reciente de Bluefields y de Nicaragua, lo que significa también atribuirles un carácter trascendente y determinante para el devenir futuro.

No obstante, sin pretender ignorar su importancia, queremos apartarnos de esta visión rígida del proceso histórico, para captar estos momentos como sucesos inacabados y/o como momentos de acuerdo circunstancial, en los que el poder de la acción de la naturaleza sobre el hombre (el huracán que obligó a reconstruir), y el poder o sobrepeso de las acciones desarrolladas por los miembros de las instituciones nacionales sobre las conductas de los ciudadanos locales, se ejerce solamente por momentos o golpes instantáneos, los que ciertamente rebasan las capacidades y potencialidades locales, pero sin obligar necesariamente a los actores sociales a observar una conducta determinada.

Al estudiar las complejas transformaciones que se están operando en Bluefields, vamos a seguir el concepto de "interface social" (Long 1989),⁸ para analizar las pacíficas o conflictivas situaciones que se presentan en los campos de acción cotidiana, donde las mujeres comerciantes conviven con hombres y mujeres a su alrededor, porque es allí donde realizan reiteradas negociaciones y alianzas de distinto significado, que las relacionan con diferentes grupos sociales. Estos "tratos" de las comerciantes sólo parcialmente pueden considerarse como relacionados o influidos por lo acordado en los así llamados círculos decisivos nacionales

Por ello, no se trata de analizar en este artículo todas las implicaciones que se derivan para la región de la aplicación de las políticas globales (la liberalización del comercio, los tratados de ajuste económico, el protocolo de transición y el pacto electoral), sino de entender la especificidad de esas políticas globales en cuanto se relacionan y son usadas en el acontecer cotidiano de las mujeres comerciantes. En ese sentido, estas políticas globales no son desconocidas localmente, puesto que incluso se les toma como puntos de referencia importantes, pero se les ve bajo la óptica de reglas específicas y coyunturales que sirven como argumento para la defensa de intereses y derechos que se pelean en nuevas circunstancias.

De esta manera, consideraremos estos "grandes eventos" por sí mismos como vacíos de contenido y que empiezan a ser "revividos" desde el mismo momento en que los costeos les imprimen significado, al asociarlos con las tareas de reconstrucción de los diversos espacios sociales en que interactúan.

Los "acuerdos nacionales", tal como son asumidos en las circunstancias que se viven localmente, aparecen como argumentos con los que se está buscando minar o restablecer la legitimidad, en el momento de confrontación política, a alguno de los partidos contendientes, o también se les observa como recordatorios de una victoria o una derrota por hegemonía en alguno de los frentes que se trata de renovar o dejar atrás. Para concluir en una frase: son invocados en cuanto se pretende acceder a nuevas formas de diálogo y consenso político.

Rehaciendo la vida doméstica, recreando el mercado y la sociedad local

En esta parte, mostraremos cómo la reconstrucción de relaciones sociales que las comerciantes operan para rehacer sus condiciones de vida doméstica y de actividad cotidiana,

va significando al mismo tiempo la reconstrucción del mercado y de la sociedad local, y cómo esta reconstrucción representa un complejo proceso de retroalimentación e interrelación. El cambio drástico de una ciudad ocupada en todos sus barrios por la actividad de los comerciantes, nos lleva a replantear lo que significa el mercado, rebasando el uso conceptual que lo reduce a un edificio o a un espacio económico de fronteras definidas, y a considerarlo más ampliamente como un orden o desorden espacial simbólico, que articula

la masiva incorporación de mercancías, servicios y trabajo desarrollados por los nuevos actores que hoy practican diversas formas de comerciar y en el que se están operando cambiantes relaciones de poder.

La complejidad y dinamismo de este proceso de cambio del mercado borra, completamente, las tres características más estables atribuidas al mercado en los manuales de Economía Política.⁹

En primer lugar, ya se trata de fronteras que pueden llegar a moverse, por ello la delimitación de la zona

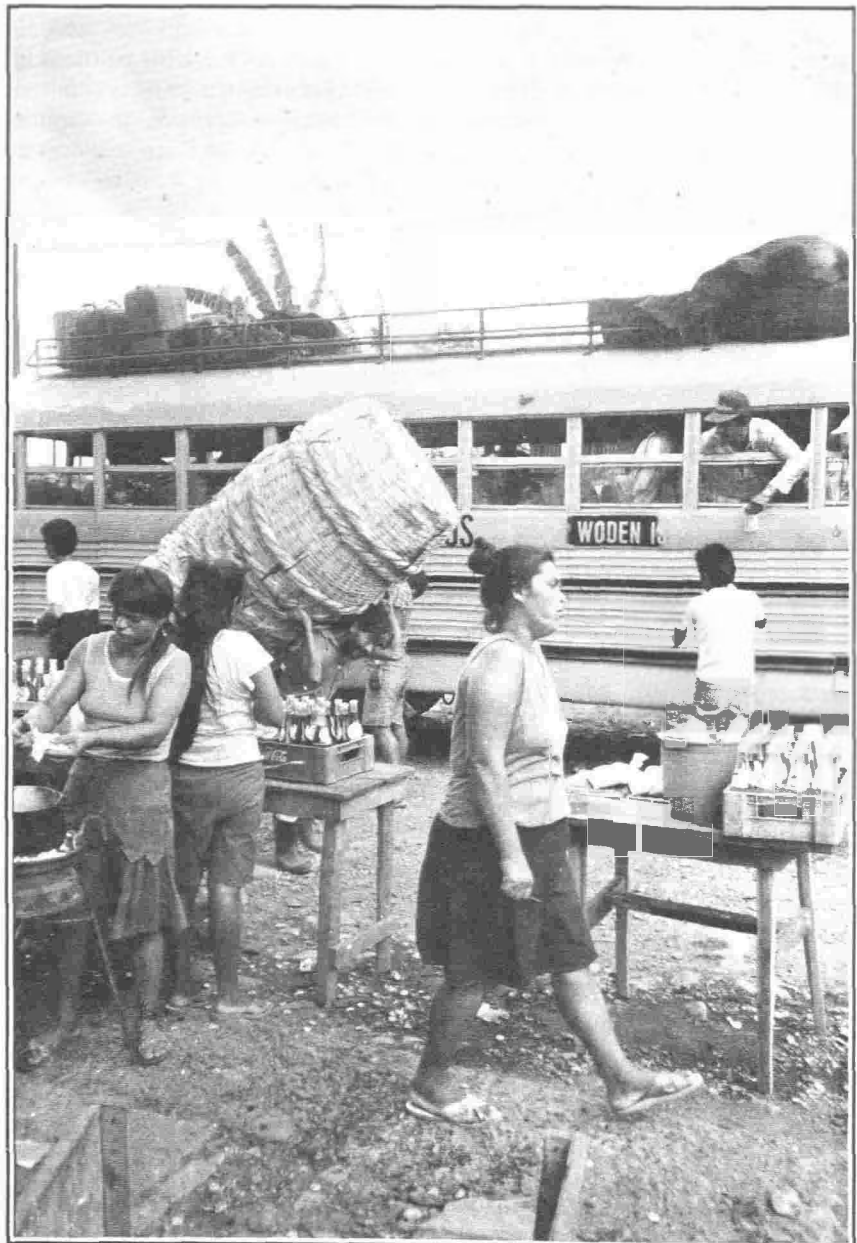


FOTO: RONNIE VERNOOY

geo-económica es provisional—dado que hay incertidumbre sobre las futuras divisiones o sectores de influencia económica que pueda deparar el actual proceso de reestructuración de la economía mundial—, lo que implica que con seguridad se deben prever más cambios en la definición de fronteras locales, regionales y nacionales. En segundo lugar, el mercado ya ha dejado de ser el tradicional y específico lugar central de la población, reservado para una élite comercial profesionalizada que guarda una estrecha relación con la autoridad local; esto implica también que las tipologías de comerciantes han variado y ahora estamos contemplando una enorme variedad de prácticas comerciales.

En tercer lugar, la negociación de los precios, que era concebida como el punto clave para el orden social y la auto-regulación del mercado, se realiza en situaciones que son mucho más complicadas que los simples esquemas de intercambio ofrecidos en diferentes interpretaciones de la ley de la oferta y la demanda.

Siguiendo el concepto de “espacio social” desarrollado por Henrieta Moore (1986: 6), concebiremos al mercado como el orden/desorden espacial carente de un significado intrínseco y que recibe significados a través de las actividades prácticas de los comerciantes y sus contrapartes en la vida cotidiana.¹⁰ En forma específica, veremos cómo es que las diversas prácticas comerciales desarrolladas en las calles, hogares y locales establecidos van adquiriendo diversos significados, y cómo éstos nos permiten seguir la perspectiva cambiante de la transición económico-política.

Dejando de lado el involucrarnos en una discusión dualista que se esfuerza por distinguir entre lo formal y lo informal, o lo legal u ilegal del mercado (Moser: 1978; Menjíbar, Larín y otros: 1989), dado que podría oscurecer más que aclarar el carácter dinámico de este proceso de cambio y que, en el mejor de los casos, sólo nos aporta información preliminar acerca de las transformaciones del

mercado, presentaremos aquí, a partir de las formas discursivas usadas por los mismos comerciantes, las imágenes de esos significados diferentes.

En primer término, se trata de preguntarse si el crecimiento del mercado obedece a una autorización o a una promoción ideológica. En este sentido, existen variantes que siguen tres líneas de interpretación.

Los más convencidos de los comerciantes que simpatizan con el sandinismo, hablan sin más de que el mercado se liberó por la iniciativa del gobierno del FSLN. Sin embargo, esto puede ser matizado—así lo hace un joven descendiente de los comerciantes chinos que no huyeron, como la mayoría de sus coterráneos, al triunfar la Revolución Sandinista. Mr. Lee hace ver que la iniciativa del FSLN fue una movida de última hora, un tardío reconocimiento de la marginación y coerción que habían ejercido contra el sector comercial y que esto se debió a que ya estaban en plena competencia electoral. En concreto refiere:

Cuando el comandante Carrión reunió a los comerciantes de la Costa y les comentó que en breve el gobierno sandinista iba a decretar el libre comercio, ya era muy tarde. Aunque Carrión fue honesto en reconocer la falla de la política sandinista contra el sector comercial y privado, al que le prometían un mejor futuro en caso de ganar las elecciones, ya no hubo tiempo.”

Una interpretación contrastante corre como versión entre mujeres comerciantes que simpatizan con los grupos de la UNO.¹¹ Ellas conciben que el comercio se ha desarrollado más a partir del triunfo en las elecciones y que esto es una muestra del cumplimiento de las promesas de la campaña política, de un gobierno que abiertamente se propuso promover el libre comercio. Empero, también se corre el rumor de que quienes más se han aprovechado de esta concesión del nuevo gobierno han sido precisamente algunos militares ex-sandinistas, que para no dar la cara mandan a sus mujeres a comerciar a las calles.

Otra versión se finca en un concepto más pragmático que lo liga a la fatalidad del huracán que, a su vez, provocó una necesaria desregulación. Así lo describe Mr. White, uno de los pocos comerciantes creoles de Bluefields:

“Como el mercado estaba destruido se permitió a los comerciantes ponerse a vender en las calles, pero luego como se tardó la reparación muchos se quedaron y ahora ya no se sabe quién puede parar a los que siguen llegando.”

Estas interpretaciones subrayan la relevancia de un gobierno que promueve o autoriza el crecimiento o que es inoperante para controlarlo y, a su vez, invocan los trascendentes efectos provocados por uno u otro de los “grandes sucesos”. Sin embargo, la importancia de los acontecimientos no se puede leer objetivamente, porque los que en la actualidad se van incorporando al mercado interpretan las cosas a su manera y conforme la suerte que les va tocando; es decir, que las explicaciones significan respectivamente diversos argumentos usados para restarle méritos al bando oponente o buscan corresponder a los intereses de sus aliados.

Podemos encontrar significados que se entremezclan o de plano difieren de estas interpretaciones polarizadas, acudiendo a las historias o trayectorias de las mujeres comerciantes. Sus relatos nos ofrecen una perspectiva “desde adentro” de sus razones y circunstancias para incorporarse al mercado, en la que les gusta observar el proceso cambiante, incluyéndose a sí mismas con sus iniciativas, sus acciones y sus problemas, pero sin dejarse subordinar totalmente de alguna mano invisible o factor desconocido que pretenda regir el mercado.

Desde esta perspectiva, la pregunta por el promotor de la expansión del mercado o por la autoridad que lo permite tiene menos sentido. En ese contexto, tiene más sentido indagar sobre las maneras en que han tomado las iniciativas para ejercer la vida comercial y cuáles han sido los mecanismos bajo los que opera el

mercado en las circunstancias de transición política y económica. Estamos, pues, recurriendo a las voces más decididas, como la de Diana,¹² una mujer comerciante de las pioneras en el así llamado comercio de la calle:

“Yo me metí a vender “a la brava”¹³ después del ciclón, simplemente porque se decía que Bluefields era una buena plaza donde circulaban muchos dólares y faltaban muchos productos.”

De esa manera, quienes se movilizan y aprovechan las oportunidades que se abrieron tras de los diferentes “comenzar de nuevo” son muchas de estas mujeres comerciantes. En este sentido, no se puede hablar de un solo origen y de una lógica causal, sino que se trata de distintas luchas por la sobrevivencia y de diversas prácticas comerciales que rebasan el encajonamiento en fronteras fijas y que emergen desde diversos puntos o momentos espacio-temporales. Precisamente por eso, la incorporación de estos

cientos de mujeres comerciantes no puede considerarse como un fenómeno masivo mecánicamente organizado; al contrario, se trata de una complicada maraña de conflictos interpersonales y grupales que se van sucediendo en situaciones diferenciadas, que se distinguen o se asemejan por las conexiones y las desconexiones en el uso de diferentes redes sociales.

El discurso de estas mujeres que practican el comercio bajo diferentes circunstancias, expresa cómo se conciben diversas discontinuidades y continuidades entre lo que debería ser público o privado, entre sus imágenes de identidad individual y social y entre los intereses morales y los intereses políticos. Estas discontinuidades son percibidas como algo que va emanando (aunque no exclusivamente) desde el interior de muchos hogares que se reconstruyeron físicamente y que son localizables en todos los barrios de la ciudad y de otros lugares de Nicaragua.

El estudio del involucramiento actual en la vida comercial de Bluefields por parte de las mujeres comerciantes, nos aclara las maneras en que se reconstituyen las relaciones de poder, donde ellas aparecen enfrentadas o ligadas con los hombres y mujeres a su alrededor. Aunque con diversos matices, estas mujeres han encontrado en la práctica comercial diversas vías de expresar estrategias eficaces para resolver los conflictos de poder que con frecuencia se manifiestan en forma violenta.¹⁴

El caso de una comerciante que vende en la calle y se traslada desde Managua, nos muestra cómo la incorporación al comercio de Bluefields es el recurso circunstancial usado para enfrentar los momentos más extremos de violencia del marido. Pero la manera como desarrolla esta estrategia es conservando una apariencia de mujer subordinada que quiere evitar una ruptura definitiva. Eso le permite ir cambiando el



FOTO: RONNIE VERNOOY

escenario de las confrontaciones violentas por situaciones más aguantables.

“Mi marido no sólo peleaba conmigo sino que hasta me pegaba, le aguanté por mis hijas y no me junté con otro por evitar que el padrastro se fuera a meter con ellas. Aunque sigo con él, un día dije no más porque ya no me nacía. Mi táctica desde entonces fue la de intensificar los viajes a vender. Cuando miro que él se pone necio y borracho y que anda con otras mujeres, simplemente me voy para Corinto o me vengo a Bluefields a vender y así se pasan los tiempos malos.”

El caso de otra comerciante que está al frente de un comercio grande (de los llamados mayoristas), nos remite a la cambiante imagen del comerciante que, en su búsqueda de recursos por sobrevivir, se va adaptando a diversas circunstancias en forma por demás flexible, arriesgando aún su buena fama. La identidad comercial que se ofrece en este caso está relacionada con la red social en turno que se va activando en el transcurso de la experiencia comercial.

“Cuando tenía 12 años fue que se separaron mis padres. Mi padre sí tenía dinero y podía atendernos, pero sólo quiso hacerse responsable de los dos hermanos a los que puso a estudiar y se llevó con él. Viviendo con mi madre en esas condiciones nos volvimos muy pobres y, como hacía falta de todo, a los 13 años empecé a salir a vender. Me fui primero a vender a Managua, me hice de amigos y luego trabajé varios años de buhonera, trayendo ropa de Panamá y la vendía por docenas. Aprendí como comerciante a ser libre y a vivir de mi trabajo. Desgraciadamente, como nunca supe de anticonceptivos, me encontré con un marido que me hizo cinco hijos, que han sido un estorbo e interrumpieron mi carrera comercial. Ahora me va mejor porque estoy al frente de un comercio grande, que aunque no es mío y me acarrea la fama de que me vean como la amante de este nuevo marido que tengo, no me puedo sentir tan perdida porque lo que se saca

alcanza para proteger a los hijos y ayudar a mi mamá y a mi abuela.”

Georgina, una comerciante que va a cumplir los 40 años y que actúa como madre y padre de seis hijos, nos habla de una “cadena hereditaria de mala suerte”, donde se ensaya el comercio como una estrategia para hacer frente a la violencia social resultante de la guerra o de las arraigadas condiciones de pobreza, y a la violencia física ejercida por los hombres a su alrededor. Ella heredó de su madre la tradición de vender en un puesto del antiguo mercado, pero para ello tuvo que dejar de ser enfermera —una profesión que le gustaba más— porque el salario que le pagaban no le alcanzaba para alimentar a su familia:

“Mis padres se separaron desde que yo tenía ocho años. Las cosas andaban muy mal entre ellos, mi padre perseguía a mi madre y le pegaba. Mi mamá tuvo que aceptar toda la carga de la familia y para ello trabajaba muy duro, y desde 1960 se dedicó al comercio aquí en Bluefields. Mi madre murió como resultado de que no se pudo atender una enfermedad curable, por darle sus ahorros a una hermana que tenía problemas al andar huyendo con su familia por la situación de guerra. En mi caso, tampoco me fue bien en el matrimonio, pues mi marido tenía todos los vicios habidos y por haber: borracho, mujeriego y demás. Afortunadamente, mi madre ya me había empujado a abandonar la enfermería y dedicarme a atenderle su comercio; este cambio, aunque no es totalmente satisfactorio, al menos nos permite sobrellevar la vida porque, con los salarios de hambre de las enfermeras, nunca hubiera podido mantener a los hijos.”

Otra comerciante que vende en su casa y distribuye productos por los barrios, nos presenta el caso de una ama de casa que puede desarrollar diversas prácticas comerciales, en forma por demás versátil, aunque se dedique de tiempo parcial al comercio. Ella nos muestra una estrategia muy diferente para enfrentar la así llamada “subordinación femenina”

y la carencia de recursos. Conservando la apariencia de mujer obediente, ante la urgencia de cubrir las necesidades familiares va aprendiendo a desarrollar otras facetas comerciales, en las que se va improvisando al tratar de sacar adelante lo que el esposo ha empezado. Su estrategia está dirigida a enfrentar, por una parte, los momentos conflictivos provocados por la conducta del esposo, ya sea adecuada o inadecuada moralmente; y por otra, a resarcir los efectos negativos de la represión política y de la situación de guerra.

“A mí me gustaba ser la ama de casa que prefería vivir mantenida por el marido, cuidar de los hijos y velar por todos los detalles caseros. Pero también he aprendido a vivir el gran cambio que me destinó la vida desde hace como 15 años, cuando mi marido se fue a la montaña a combatir a Somoza. Yo juzgué que era muy bueno lo que hizo, sólo que los de la guardia somocista se ensañaron con mi familia y nos dejaron en la miseria, despojándonos de todas nuestras pertenencias, cuando vinieron con el pretexto de buscar documentos y armas. La ausencia de mi marido me obligó a iniciarme en el comercio y a salir a viajar para comprar frutas y verduras, las que vendía en un cuarto improvisado de la casa por lo menos una vez cada semana, o las entregaba a otros dueños de ventecitas que me las habían encargado. Poco a poco, fui dedicando más tiempo a platicar con más gente y a vender, luego empecé a acarrear otros productos, como ropa, papelería y vajillas. Después, cuando mi marido regresó, tuve que volverme a quedar como ama de casa, pero ya no fue igual y además el salario de maestro que él tenía no nos alcanzaba; por eso tuve que seguir vendiendo. Lo malo ha sido que él con la guerra se ha descompuesto un poco y yo le tengo que soportar todas sus intervenciones de borracho impertinente. A mí me toca sacar adelante muchas de las cosas que él empieza al tratar de compensar un poco lo del bajo salario, y así he tenido que improvisarme, por ejemplo, en la producción de blo-

ques para construcción o la reparación de partes industriales y electrónicas. De esa manera, también voy encontrando la manera de seguirle soportando sus loqueras.”

Camila es el caso de una de las comerciantes más prósperas cuya carrera comercial partió de cero, y que ahora se desempeña como una de las más entusiastas promotoras de la cámara de comercio local, a la que considera como el organismo privado que realmente defiende los intereses de los comerciantes ante el Estado (al que prefiere identificar como el sandinismo). Por ello, Camila es una de las más reacias en aceptar la regulación de precios, que considera de plano un atentado contra la sagrada ley de la oferta y la demanda.

Como comerciante mayorista, declara que no se propone obtener grandes ganancias sino alcanzar mayores volúmenes de ventas, pero los comerciantes pequeños que son sus más grandes consumidores no comparten esa opinión y la definen como alguien que no se tienta el corazón para hacer negocios.

En su caso, no aparece por ningún lado la subordinación doméstica o comercial al marido; al contrario, éste, junto con su cuñado y la hermana, se ocupa de los servicios de la casa, el comercio y la conducción de sus propios medios de transporte.

Su horizonte comercial es cada vez más ambicioso y ya Managua dejó de ser la mejor plaza. Sus contactos y las redes sociales en las que se está moviendo se extienden hasta Guatemala, Panamá y Costa Rica. También ya no se conforma con vender productos básicos y busca diversificarse hacia la electrónica, ropa y zapatos.

“Al terminar la primaria, en 1972, empecé a ser comerciante. Primero, echaba tortillas al interior del mercado, luego vendía comida y después pasé a rentar la mitad de una casa, donde vendía productos específicos como sal, jabón y manteca. Durante el sandinismo, me metí a comerciar granos básicos y me beneficié con la cuota que me distribuían, además que podía acarrear cantidades im-

portantes de maíz y frijol de los campesinos de la región. No todo ha sido color de rosa y ha habido varios momentos muy críticos. Precisamente los tiempos del sandinismo eran días malos para progresar y en dos ocasiones tuve que volver a empezar de cero, al perder dos barcos completos de mercancía que me quemaron los contras durante la guerra. Debido a esto yo digo que mi vida se parece a la del personaje de la telenovela Cristal. Con mi padre me gustaba bromear, haciéndolo tener miedo a mi ambición, y él me reclamaba que debería conformarme con menos. Si él viviera ahora le estaría hablando de quedarme con todo el edificio antiguo del mercado o de una red de distribución por toda la Costa. Mi coraje con los sandinistas se debe a que éstos hacían ver a los trabajadores y campesinos que los comerciantes estamos inclinados a robarlos y además porque querían controlarnos en todo...”

La líder de la Cooperativa de Pequeños Comerciantes (COPECO), es el caso de la mujer que se atreve a explicar lo que les pasa a la mayoría de las 64 mujeres comerciantes que pertenecen al grupo y que por años han pretendido encontrar una salida colectiva y organizada para enfrentar sus problemas. Su argumento es más radical, al afirmar que la rebeldía frente al hombre y la lucha contra las condiciones salariales y sociales adversas, se constituyen en importantes razones de ser de la práctica comercial de las cooperativistas:

“Es cierto que por la guerra muchas andamos solas ahora y trabajamos en el comercio. Fue cierto también que muchos maridos realmente murieron o han tenido que seguir huyendo hasta la fecha... De plano lo que pasó es que se encontraron algo peor o mejor que uno allá, en los otros países donde andaban, y por eso no regresaron... Me consta que muchas mujeres tuvieron que empeñar lo poco que tenían por sacar al marido o al hijo del peligro. Pero después muchos de éstos ni siquiera se acordaron. Otros de plano son

descarados y no aguantaron la carga de la familia y de la mujer, o simplemente se percataron del hecho de que sus salarios ya no eran suficientes. Siempre así empieza la historia, al principio lo engañan a uno, pero cuando uno reclama... luego resulta que le ponen a uno peros y obligaciones por las que debe quedarse, y que debe seguir velando por los hijos, o la declaran a uno rebelde porque simplemente ya uno no quiere dejarse, hasta que truena uno.”

Este breve recuento etnográfico nos confirma en la idea de que la incorporación al mercado de Bluefields es un proceso social complejo que no puede interpretarse unilateralmente. Su discurso contiene un claro diagnóstico de las condiciones denigrantes que les afectan como mujeres y como comerciantes que viven expuestas a maltratos y violencias específicas, que gozan de menos oportunidades de educarse, que tienen mayores limitaciones para trabajar fuera del hogar por la responsabilidad de cuidar de la familia, que reciben más bajos salarios en trabajos menos satisfactorios, que prácticamente no cuentan con seguridad social ni ahorro, y que ven como algo casi imposible el organizarse colectivamente para resolver sus problemas.

Por otra parte, las opciones más notables de éxito las asocian a la suerte, las consideran como producto de la ambición o explotación y de una moralidad dudosa. Sin embargo, estas imágenes etnográficas no se agotan en ese diagnóstico y nos dejan abiertas varias puertas, para indagar en otros ángulos de esa complejidad desde donde se puede resaltar el aspecto de la iniciativa que desarrollan para crearse su “espacio social”¹⁵ como comerciantes y transformar las imágenes de sí mismas que se van forjando.

La constante reproducción de diversas formas de trato violento y de subordinación ha llevado a interpretar que se trata de una condición estructural que rodea a todas las mujeres. Queremos reconsiderar aquí, en base a las diferentes estrategias usadas por las comerciantes al en-

frentar el “maltrato y la subordinación”, lo que es esa “condición estructural” y tomarla no sólo como la expresión de una estructura social que determina o condiciona, sino también como las circunstancias y los medios que impulsan a actuar, que promueven y que al mismo tiempo posibilitan la búsqueda de mejores condiciones de vida y el desarrollo de nuevas prácticas comerciales.

Es decir, que las “condicionantes estructurales” no son únicamente algo que viene de afuera y que se impone y subordina, sino que también están inmersas en los contextos contradictorios y circunstanciales, donde se efectúan las prácticas comerciales diferenciadas que les permiten superar la oprimente subordinación doméstica.

Lo que significa incorporarse a la práctica comercial, no obstante lo precario y provisional de hacerlo en las calles, no puede reducirse a un juicio moral entre lo bueno y lo malo, lo legal o lo ilegal, como tampoco

a puras consideraciones de racionalidad económica. La búsqueda de la sobrevivencia es un primer motivo que lanza a marchar hacia donde se encuentren salidas a los problemas, pero en ocasiones también hacia donde se tienen identificadas las mejores opciones.

La búsqueda por sobrevivir no agota todas las posibilidades que se abren para reincorporarse al proceso político-social, y a medida que se logran sortear las condiciones más desfavorables también se van encontrando mejores y diferentes condiciones de vida. Por ello, la opción por la práctica comercial puede considerarse, en último término, como la posición activa de quien no espera que otros vengán a resolver los problemas, que abre el camino de nuevas oportunidades y que motiva para avanzar. Y esto sucede no únicamente con las mujeres pobres, sino también con muchas otras provenientes de sectores medios.

Esta facilidad aparente¹⁶ con que las mujeres se ponen a hacer comercio, y el hecho de que logran sobrevivir y en determinados casos sobresalir, contradice una concepción fatalista que afirma que, de no existir condiciones ideales para la superación de la mujer —alcanzables únicamente mediante leyes, grandes proyectos de desarrollo y oportunidades educativas fomentadas por el estado, la Iglesia, los organismos empresariales, los partidos políticos o las instituciones de ayuda extranjera—, las alternativas para romper la subordinación hogareña se reducen significativamente y con frecuencia resultan ser intentos desesperados que acaban en la mendicidad o en conductas psicológicamente enfermas y/o moralmente descalificadas, como las diversas formas de prostitución.¹⁷

Como afirma Henrieta Moore (1988: 92), la actividad comercial resulta útil no sólo para proporcionar

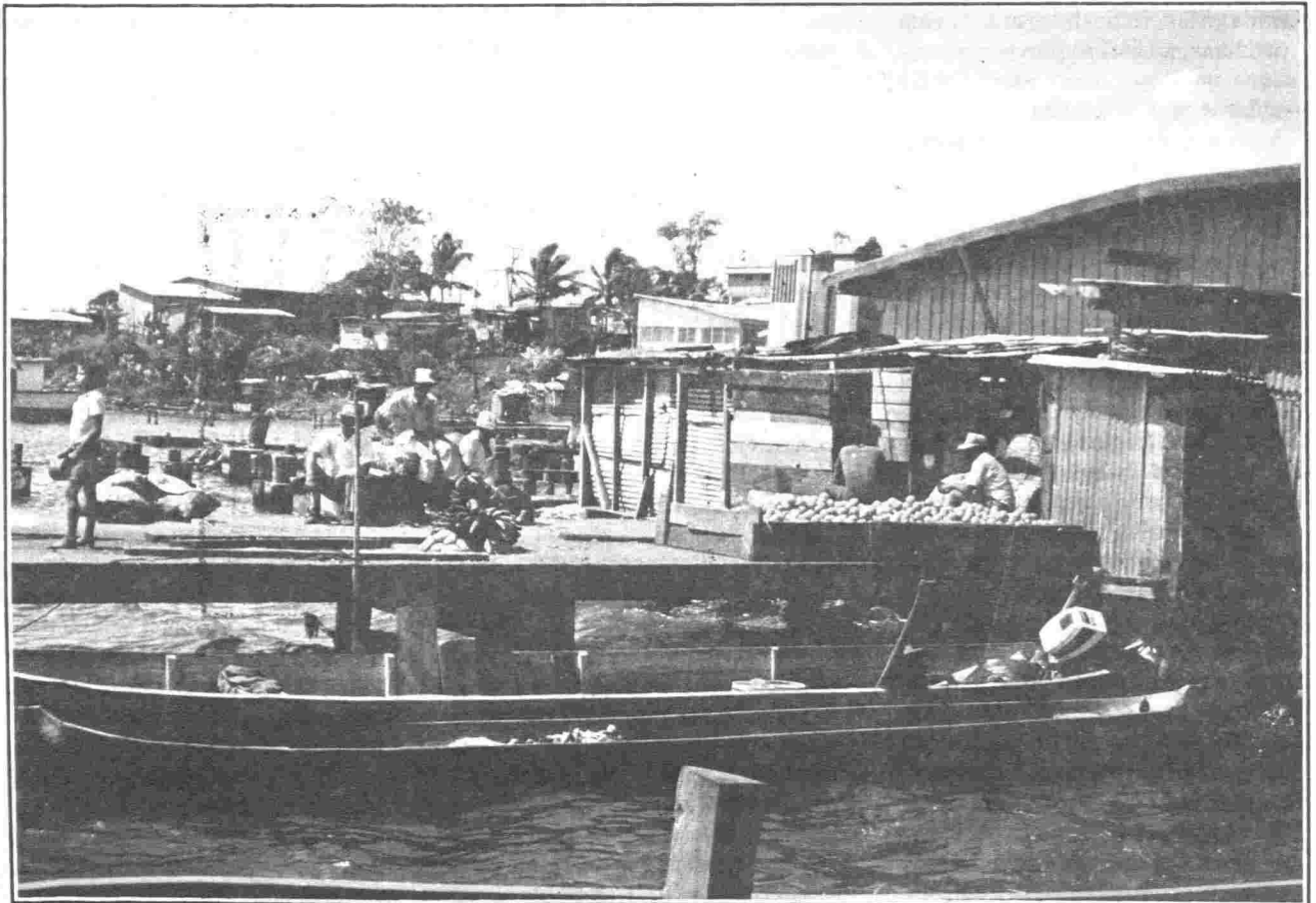


FOTO: HELGA WOGGON

un complemento para la sobrevivencia, sino que frecuentemente abre oportunidades para que las mujeres se involucren de lleno en la vida política urbana, y a veces sirve hasta para alcanzar una relativa autonomía económica.

En este sentido, es muy interesante observar cómo es que logran darle la vuelta a los aspectos legalistas de las regulaciones, y cómo tratan de convertir las condicionantes en aspectos favorables para evadir pagos excesivos de impuestos, para argumentar criterios diferenciados en el establecimiento de los costos y precios entre pequeños y grandes comerciantes y para la libre concesión de los permisos para mercadear. Por otra parte, no se trata de creer míticamente que a través del comercio las mujeres van a vencer todas las adversidades derivadas de la hambruna galopante, los bajos salarios y los malos tratos.

Por lo mismo, el enfrentamiento entre hombre y mujer que se desarrolla en las circunstancias de la vida cotidiana, no está regido por la consigna universal que convoca a las mujeres para luchar contra todos los machos explotadores de la mujer; porque no puede dejar de reconocerse, también, que las circunstancias que se viven en el ámbito regional representan irracionalidades sociales (derivadas de la guerra, de la pobreza y de las costumbres discriminatorias acumuladas) a las que los hombres también están sujetos, y el reto de vencerlas concierne (aunque de manera desigual) tanto a las mujeres como a los hombres.

Ciertamente, la hambruna galopante, los bajos salarios, la drástica reducción de posibilidades de empleo remunerado, las variadas formas de explotación y dependencia, así como las diversas situaciones violentas, son seguramente también las adversidades que retan a las mujeres comerciantes para ensayar estrategias que les permitan, al menos, paliar los efectos más funestos de estas irracionalidades sociales, las cuáles por cierto tampoco los machos han sido muy eficaces en resolver.

El cambio genérico del mercado y los estilos de mercadear

Hasta tiempos recientes, el mercado de Bluefields era operado principalmente por comerciantes varones, quienes además eran extranjeros de origen turco o chino, pero que en su mayoría huyeron tras el triunfo de la Revolución Sandinista (Cf. *La Información*, diario regional, 1948, 1951 y 1953).¹⁸ Poco a poco, esa situación fue cambiando, y quienes se introdujeron al mercado local fueron familias que se avicindaron desde otras partes de Nicaragua y un reducido número de familias creoles.¹⁹

Los expendios comerciales que dejaron los chinos y turcos, en su mayor parte, fueron ocupados por las distribuidoras estatales creadas por el gobierno sandinista (ahora en manos del gobierno autónomo regional), que en su totalidad son administradas por varones; otros expendios pertenecen a comerciantes mayoristas varones y el resto a algunas mujeres que operan como mayoristas. En las calles se muestra más claramente el reciente fenómeno de la feminización del mercado. De esta cambiante situación genérica queremos ocuparnos en este apartado.

Este fenómeno contradice lo que se afirma en forma contextual en otros estudios sobre la Costa Caribe, donde parece concebirse el principio de una división sexual del trabajo casi de carácter natural, que establece: "la mayoría de las mujeres en la Costa han sido excluidas de las actividades económicas rentables y fuera del hogar" (Gordon: 1991: 66).²⁰ Aunque existe un cierto aire de fatalidad al interpretar los roles que se asignan al hombre y la mujer, que parece basarse en las características fisiológicas, la capacidad física y en los estereotipos de lo que debe ser o hacer un hombre y una mujer, aquí nos interesa mostrar cómo a fin de cuentas en las cambiantes circunstancias sociales que se viven en la vida cotidiana de Bluefields, no se

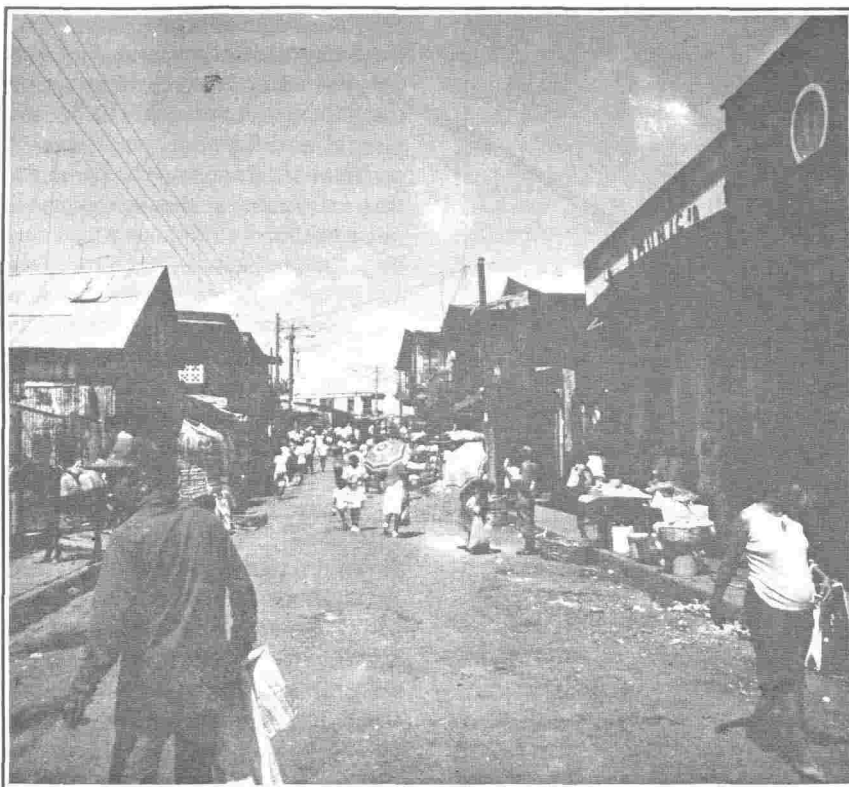
trata de categorías definitivas que correspondan a los dictados inapelables de la naturaleza.²¹

Lo que se ha llamado "machismo a lo nica", tiene muchas similitudes respecto a lo que los antropólogos han encontrado en otras sociedades occidentales y no occidentales. Al mencionar los roles asignados al macho y a la hembra, la literatura antropológica atribuye determinados espacios o dominios reservados para el hombre o para la mujer.²² Sin embargo, en el caso nicaragüense se puede subrayar un "carácter propio", al considerarlas condiciones especiales en que se da el fenómeno identificado como subordinación de la mujer hacia el hombre. Empero, esas imágenes que se tienen en mente no se basan exclusivamente en la fisiología ni son comunes a todos los nicaragüenses, sino que se expresan circunstancialmente y por ello tampoco se crean en forma homogénea.

Hablando de esos campos reservados para el hombre y la mujer, varias de las mujeres comerciantes lo definen en forma muy llana y directa como que: "en Nicaragua lo común es que los hombres estén en la calle y las mujeres en la casa". Una mujer intelectual como Gioconda Belli hace una elaboración más satírica, hablando del "imperio de la domesticidad reservado para la mujer", y de cómo "a la mujer se le asigna el dominio sobre la cotidianidad en contraposición al ámbito de las hazañas históricas reservado para los hombres". Gioconda añade con ironía que los hombres se convierten en la razón de ser de ese imperio doméstico (Belli: 1988: 151).

Regresando al texto etnográfico y a los apuntes de la interacción, se puede observar cómo las mujeres comerciantes ofrecen una serie de mutaciones de identidad, que permiten apreciar que no existe una división sexual del mercado fijamente determinada. Precisamente, siguiendo lo que queremos conceptualizar como estilos de mercadear,²³ trataremos de analizar la provisionalidad y/o irreversibilidad de esa nueva tendencia de la feminización del

FOTO: ANTON BLUB



mercado. Es decir, que lo que se puede interpretar de su discurso como la emergencia de una nueva condición genérica, también se puede ver como algo ligado a las circunstancias del momento de reorganización social que se está viviendo. Por ello, sus auto-imágenes tampoco pueden considerarse en una dirección definitiva, como por ejemplo significando la superación definitiva de las condiciones denigrantes, por el sólo hecho de que las mujeres ya son mayoría en la actividad comercial, y creyendo que siempre van a seguir en esa actividad.

A primera vista, algunas comerciantes proyectaron la idea del "estilo de comerciar" bajo la idea de hacer un "trabajo facilito y poco pesado", en el que por otra parte hasta se daban el lujo de ganar mucho sin trabajar demasiado, en comparación a otras labores agrícolas o pesqueras desempeñadas principalmente por los varones en la región.

La experiencia interactiva que desarrollamos, al acompañar a varias de las comerciantes en los viajes que realizaron para surtirse de productos

a Managua y de regreso a Bluefields, nos permitió profundizar en otras dimensiones y sirvió para superar una falsa creencia que se puede abrigar, al presuponer que las comerciantes actúan como piezas del engranaje de los grandes varones comerciantes o de las grandes compañías extranjeras que manejan la entrada y salida de productos a Bluefields e imponen las condiciones de los precios.

Se debe reconocer que, efectivamente, existen muchas limitantes y que las comerciantes están sujetas a variados mecanismos (que no todas conocen por igual) que regulan la negociación de los precios, la oferta y calidad de los productos, así como las condiciones de transporte y las condiciones de venta y trato con los consumidores y el pago de impuestos. Pero esto tampoco nos obliga a tener que atribuirles, de antemano, una pobre capacidad de gestión en muchos aspectos de la vida comercial.

Sus auto-imágenes nos hablan de situaciones muy entremezcladas. Las mujeres de los distintos casos se

observan a sí mismas como mujeres "pobres", "solas y abandonadas" u "oprimidas o violadas", pero al mismo tiempo tienden a proyectar auto-imágenes diferentes en el transcurso de su vida comercial. Primero, se consideran como mujeres "distráidas" que entran a comerciar para evitar los ratos más violentos y que cambian de actividad para dejar pasar el tiempo; luego se ven como las mujeres "aventadas" y "aventureras" que le buscan entrar a todo, que les gusta correr riesgos, que aprenden y se improvisan sobre la marcha; y también se llega al caso de las mujeres que se sienten "obligadas y responsables" de proseguir con terquedad en la profesión comercial; algunas hasta llegan a gozar de un grado de reconocimiento pleno a su habilidad y progreso comercial.

Este reconocimiento es notablemente expresado por los comerciantes varones en distintas tonalidades. Unos dicen: "les va bien porque tienen mejores palabras y mejor modo para convencer al cliente"; y otros, en forma más definitiva, afirman: "los buenos modales les ayudan a vender mejor, además que saben administrar y cuidar".

Es necesario reconocer aquí, además, el hecho de que las comerciantes lograron y fueron hábiles para convencernos de dirigir nuestros intereses de investigadores sociales hacia donde ellas querían. Desde ese momento, nuestro estudio se concentró en investigar lo que significaba ser mujeres comerciantes en las circunstancias de crisis económica y política que se estaban viviendo en Bluefields. Con ello, las comerciantes no sólo lograron defenderse de la mala imagen que podrían proyectar investigadores desconocedores del asunto de su vida comercial, sino que sobre todo supieron aprovecharse de la investigación para encontrar argumentos contra las críticas y ataques políticos que se les dirigían por esos días.

Los políticos locales les habían lanzado sus acusaciones, al sentirse a su vez apurados para manejar una situación que de golpe se tornó explosiva, dadas las medidas economi-

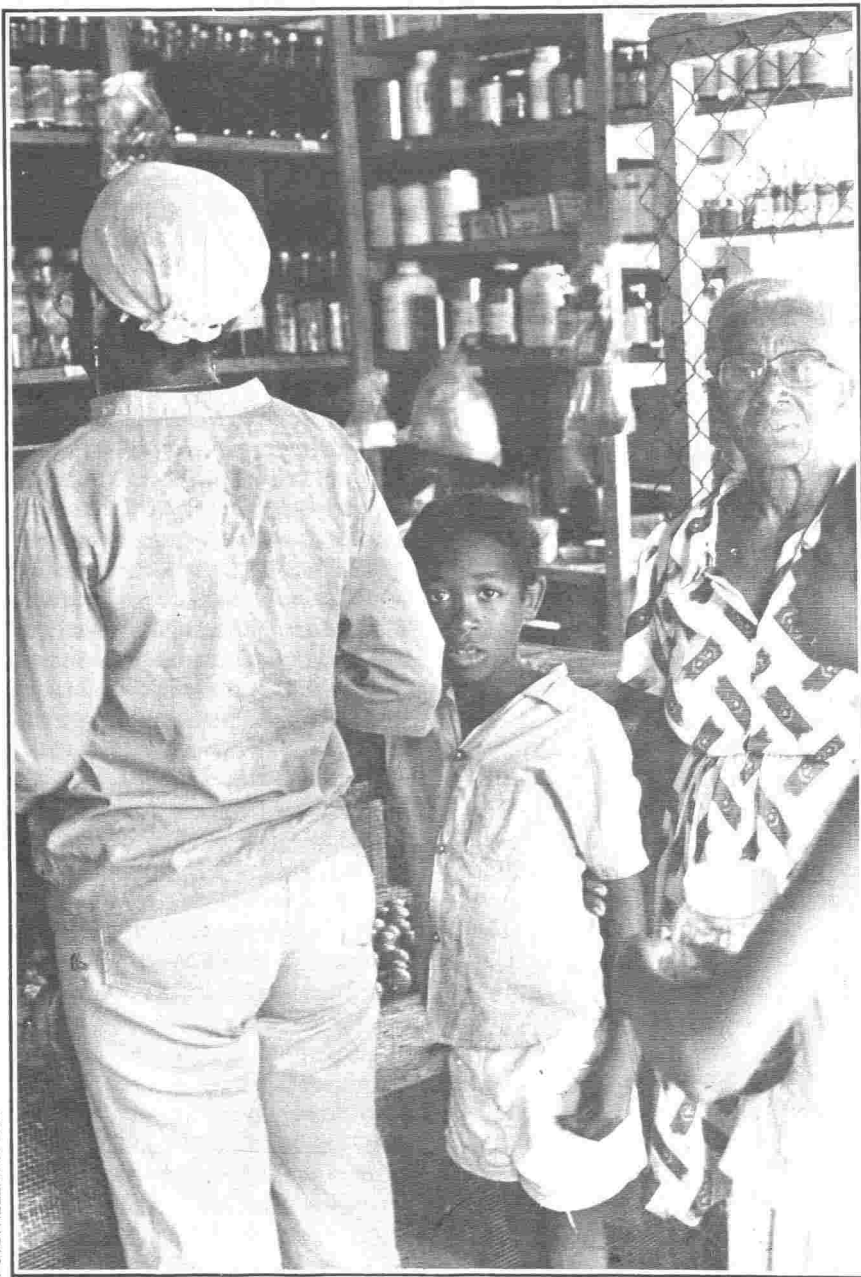


FOTO: HELEN M. ELLIS

cas decretadas por el gobierno nicaragüense y que afectaban a toda la población.²⁴ Como respuesta a las medidas, la población consumidora protestaba valiéndose de la radio y televisión locales para demandar de los políticos que hicieran algo para aliviar la situación. En ese sentido, las comerciantes se sintieron como los “chivos expiatorios” que los políticos estaban tratando de usar, para calmar a los consumidores irritados por las fuertes medidas económicas que, a su vez, estaban causando un

alza desorbitada de los productos del mercado.

De esa forma, detrás de su intención de defenderse de los ataques políticos en los que se les caracterizaba indiscriminadamente como comerciantes “vampiros” o “pirañas” que estaban desangrando a los bluefileños, las comerciantes nos condujeron a enrolarnos en sus argumentos y nos esclarecieron sus estrategias. Precisamente en las circunstancias de viaje, cuando ellas tienen que pernoctar dos o tres no-

ches por semana muy lejos del hogar, cuando deambulan uno y hasta dos días completos por áreas de los dos principales mercados de Managua (el de Mayoreo y el Oriental), pudimos ser testigos de lo que nuestras informantes consideraban las circunstancias cotidianas y las complejas negociaciones por el precio a su trabajo, a los productos y al consumo de la población bluefileña. En esas condiciones, pudimos conocer más profundamente cómo se daba esa feminización del mercado y cómo se confeccionaban diversos estilos femeninos de mercadear.

Muchas de las operaciones comerciales importantes empiezan en el barco mismo y en el bus donde hacen tratos, se ponen de acuerdo y arreglan diversos aspectos de su semana comercial. En ese sentido, estas operaciones no se efectúan en condiciones muy confortables que digamos. Sobre todo, interpretando la febril actividad que desarrollan dentro de los mercados, al observar cómo ejercen una “administración comercial sobre la marcha”, donde sobresalen por su capacidad para manejar eficientemente recursos económicos reducidos, y por su poder de iniciativa y de palabra que les permite organizar un séquito de hombres a su alrededor que les sirven como cargadores, informantes y choferes. Incluso, en los casos menos imaginables, algunas de ellas que aparecerían más impedidas por su obesidad o por la edad —mucho o poca—, no se mostraron menos activas y lograron hacerse notorias en su recorrido por los mercados con la corte de varones a su alrededor.

Combinando trozos de sus discursos con nuestras observaciones de las circunstancias de viaje, podemos precisar algunos detalles más finos de sus estilos de mercadear. El caso de Herlinda²⁵ ofrece un enfoque “estético”, centrado en la calidad de lo que se compra y la actitud de la mujer comerciante. Esa óptica femenina de apreciar el comercio se expresa así:

“Es que a la gente no le gustan las cosas chiquitas y las que les llevamos tienen que ser cosas hermosas

y grandes de preferencia, de buen ver para que se entienda, si no la gente no nos quiere y no nos compra.”

En el caso de otras comerciantes, el punto clave para caracterizar su estilo está en la forma de obtener buena información, establecer los contactos y lo que llaman “saberse mover bien entre los hombres”. El criterio que otras aplican subraya un acento más feminista, se trata de “no creerles todo a los hombres ni dejar-se influir demasiado por ellos”.

Algunas han llegado incluso a elaborar un mapa imaginario del mercado, que se basa en el reconocimiento físico que hacen al recorrerlo desde muy temprano y de un extremo a otro. Conforme a su mapa, el territorio del Mercado de Mayoreo se divide en zonas que toman en consideración los puntos donde tienen amigos que les permitan obtener ideas de los precios y las ganancias. Otras comerciantes se han organizado por zonas de solidaridad o especialización, fijándose en los lugares donde se dan la mano entre sí o en donde se concentran para comprar sus productos básicos; ya sea que lo hagan porque no pueden viajar cada semana, o simplemente porque se están especializando por temporadas a comprar ciertos productos (a veces esta actitud se va adaptando ante las festividades importantes, por ejemplo el día de la madre, del padre, la navidad, etcétera).

Existen también rutas invertidas para caracterizar los estilos. En éstas, la iniciativa es tomada por un comerciante o comerciante de Managua; por ejemplo, el caso de un comerciante mayorista platanero, con el que muchas de ellas prefieren comerciar o lo toman como referencia obligada. Este logra venderles, siempre que se lo propone, “porque sabe tratarlas”, “porque les vende un alimento muy necesario y barato”, o “porque les da facilidades al hacerlas buscar y mandarles recados”.

Entre los comerciantes varones les gusta ganárselas y formar “equipos de confianza” alrededor de alguna de ellas; por su parte, a ellas les gusta sentirse halagadas y que les hagan las

mejores ofertas, y se saben cambiar de equipo cuando reciben la información —que suele correr muy rápido— a pesar de que en ocasiones ya casi están a punto de regresarse y ya hayan comprado todos sus productos.

Se trata, pues, de diferentes maneras de jugar a la negociación bajo la forma del regateo, en el que el precio, la calidad y el buen trato que se les ofrece (que en sí es algo difícil de apreciar o medir), les sirve de argumento para intentar convencer a la competencia. Pero estos estilos que ejercen como compradoras pueden cambiar substancialmente cuando actúan como vendedoras, al realizar los productos en Bluefields, donde han establecido y cambian relaciones con los consumidores, quienes por ser familiares, vecinos u otros comerciantes de ventecitas más pequeñas, las motivan a ejercer conductas diferenciadas, por más que algunas aparezcan muy inclinadas a aplicar con rigor el principio comercial de que los negocios son negocios.

Mujeres y comercio: la ampliación del “horizonte político”

En esta parte final se trata de profundizar en el contenido político de las prácticas sociales de las mujeres comerciantes, inscribiéndolas en el contexto de la discusión que plantea la literatura feminista recientemente elaborada en Nicaragua (Rodríguez: 1990, Murguialday: 1990, y Brenes, Lovo, Saakes: 1991). Además, queremos confrontar ese contenido con las alternativas que han ofrecido las mujeres involucradas en los partidos políticos y las ideas o planes del gobierno actual hacia las mujeres.

Sin embargo, nuestro propósito no es el de agotar todos los aspectos que conciernen a la política, sino en particular lo referente a los dos temas básicos que hemos venido abordando en este artículo. Es decir, que se trata de contrastar las iniciativas que las mujeres desarrollan por sí mismas, con las promesas de soluciones prácticas de mejoramiento personal y grupal que los políticos

les han ofrecido en forma específica, para ganarse su apoyo como mujeres ciudadanas que al mismo tiempo son comerciantes.

Para empezar, se trata de distanciarse de las concepciones dualistas y reduccionistas de lo político y de abrirnos a entender la política en forma más amplia, para llegar a darle más valor a la lucha cotidiana por el poder que se escenifica, sobre todo, en los espacios domésticos y comerciales. Así como afirmábamos que se debe dejar atrás el concepto del mercado como un lugar fijo enclavado en el centro de la ciudad, se debe trascender también la visión centralista y oficialista de la política.

Con frecuencia, cuando se habla de política parece implicarse la subordinación de las condiciones subjetivas (el interés individual, lo doméstico, la región, lo micro) a lo objetivo (el interés colectivo, lo público, la nación, lo macro). Existen diversas formas de plantear este dualismo, que se entranpan al querer definir los campos más relevantes o esenciales de lo político.²⁶ Como corolario, lo político se acaba reduciendo a lo formal, a lo electoral y al marco legal, pero de esa forma se le está restando importancia y, a veces, excluyendo a lo cotidiano, a lo “trivial” y a lo doméstico.

La participación de la mujer se ha considerado como la nota característica del cambio político electoral de 1989. Un signo importante de esa participación, es el hecho de que Nicaragua tiene en la actualidad a la única mujer Presidente de Latinoamérica, y también la primera en su historia como nación. Sin embargo, la referencia al pasado proceso electoral no debe sumergirnos, aquí, a hacer una explicación detallada sobre la derrota sandinista, ni tampoco de la victoria de la UNO.²⁷

Para interpretar el fenómeno “Violeta Presidente” apoyada por la mayoría de las mujeres nicaragüenses, así como el significado de este régimen “matriarcal” —y el por qué una mujer que se presentó a sí misma, en un país tan politizado como es Nicaragua, bajo la apariencia apo-

lítica de una ama de casa que aceptaba que no sabía mucho de la política, fue capaz de derrotar al ex-presidente que se decía, a su vez, abanderado de la emancipación de la mujer y que reclamaba como logros del gobierno sandinista, los grandes avances legales y constitucionales que favorecían y protegían a la mujer más que en ningún otro lugar de América Latina—, parece ser necesario analizar cómo fue que la mayoría de mujeres electoras rompieron con la Revolución Sandinista, y estaban mucho más preocupadas por las concretas y específicas cuestiones de las condiciones de vida domésticas que la Revolución no había sido capaz de cambiar.

Clara Murguialday (1990: 191) sugiere que la clave de esa ruptura puede estar en la imposibilidad de fusionar los intereses macro-políticos del sandinismo, como partido de masas y como organización de estado, y los intereses micro políticos de la mayoría de mujeres nicaragüenses, quienes desde el interior de sus

hogares venían padeciendo más agudamente los crecientes efectos de la guerra.

En la Costa Caribe, donde se consideraba a muchos sandinistas como “españoles importados” y que habían hecho empeorar las cosas promoviendo las reubicaciones forzadas de muchas familias (Saakes: 1991: 186), la cuestión de la reunificación de la familia se había convertido en el problema más sentido que movilizaba a las mujeres. Hacía 1988 y en particular en la costa norte, las activistas pioneras de los movimientos de mujeres tomaron esa bandera de la reunificación familiar al integrar las comisiones de paz, y por ello aparecían menos preocupadas por la lucha contra el machismo y la violencia física (Wilson: 1991: 153).

Esta coincidencia entre la demanda más sentida y el mensaje propagandístico de la campaña de Violeta y otras mujeres de la UNO, puede aclarar el por qué en la Costa tuvieron un mayor respaldo. Pero quien

quiera leer este hecho como una confirmación de una posición-reaccionaria, anti-progresista o anti-feminista de las costeñas, no podrá llegar muy lejos con sus conclusiones. Lo más que se puede llegar a afirmar, es lo que la misma Violeta declaró en su discurso inaugural, es decir, que la mayoría de los nicaragüenses ya no quiso seguirse matando entre sí por cuestiones ideológicas (La Prensa: 2 de abril de 1990).

La percepción de que Nicaragua era como la familia de Violeta, que se encontraba dividida entre dos hijos sandinistas en posiciones importantes y los otros dos en la Contra y en la UNO (Lynn Daly Heek: 1990: 40), conducía a una argumentación lógica de que precisamente quien fue capaz de resolver en su propia casa esa contradicción, era capaz al mismo tiempo de unir a toda la familia nacional (Broadbent y Collinson: 1990:189). En congruencia con este argumento, se propuso como la primera meta nacional por alcanzar la reconciliación y la reunificación



FOTO: RONNIE VERNOOY

de la familia. Sin embargo, este propósito se volvió más confuso desde el momento en que se trató de promover desde el gobierno y cuando dejó de existir la confrontación de los distintos puntos de vista en la campaña electoral.

Las alternativas ofrecidas a las mujeres nicaragüenses se polarizaron demasiado entre las activistas de la UNO y las sandinistas, que acabaron defendiendo más las posiciones de sus respectivos partidos que identificándose con sus compañeras de género. Por una parte, coincidían en dos puntos —ya que hablaban de la igualdad de derechos de la mujer y de condenar el machismo y la paternidad irresponsable—; por otra, diferían en ambos casos en la explicación y las consecuencias.

Según las de la UNO, la igualdad era cuestión de derechos civiles para poder votar y quitar a los sandinistas, mientras que según las sandinistas, la igualdad estaba en las oportunidades de trabajar y de participar en la producción, así como en la educación y en los beneficios de los cambios promovidos por la Revolución. En el caso del machismo y la paternidad irresponsable, las mujeres de la UNO interpretaban que era resultado del libertinaje y corrupción que resultaron de la Revolución, mientras que las sandinistas los señalaban como atentados contra las ideas de igualdad entre seres humanos (Brenes *et al.* 1991: 180-2).

Ya siendo Presidente, Violeta se esmeró en cumplir con lo que fueron sus promesas centrales en relación a la terminación de la guerra, la disminución de la fuerza armada y la eliminación del servicio militar, cuestiones que en forma evidente complacieron a su electorado femenino, pero inmediatamente abandonó la insistencia en otros puntos importantes prometidos a las mujeres durante la campaña. También ha cumplido en sostener su versión conservadora de restablecer la "unidad familiar", pero sin cuestionar profundamente los maltratos y violencias a que está sujeta el ama de casa.²⁸

El caso es que la misma Violeta se puso como ejemplo al retirarse a se-

guir el proceso de la política nicaragüense desde la trinchera de su posición de ama de casa, dejando la conducción del gobierno en manos de sus hombres de confianza y sus aliados ocasionales y estratégicos (fueran de la UNO o sandinistas). Pero también insiste en hacer regresar a todas las nicaragüenses a sus hogares, conminándolas a lograr la meta nacional de la unidad y reconciliación familiar, después que han cumplido con sus deberes electorales. Para lograr la unidad familiar, sugiere cumplir con la alta responsabilidad de cuidar y proteger de los hijos, lo que implica al mismo tiempo sufrir pacientemente el maltrato y la subordinación.

Por otra parte, los hombres de confianza de su gobierno poco a poco se van aplicando a "gobernar para todos los nicaragüenses y no nomás para los de la UNO", pero lo hacen conforme las políticas de ajuste económico recetadas a Nicaragua por los organismos financieros internacionales, que recomendaron el saneamiento de la economía con un estilo de choque acelerado semejante al que se sigue en otros países tercermundistas. Sin embargo, ésta no es una política nueva sino una continuidad de la que ya se había iniciado, en su última fase, bajo el régimen sandinista. (Vilas: 1990: 13)

Promesas dirigidas en forma más específica hacia las mujeres comerciantes por las damas de compañía de Violeta, que de manera paternal trataban de solidarizarse con ellas, van quedando en el olvido. Así ocurrió con la de "construirle a la mujer del mercado al menos una caseta donde se proteja del viento, del sol y la lluvia", y con el ofrecimiento de una casa-cuna para evitarles el sufrimiento de amamantar a los hijos en el solazo (dado que las guarderías que existen no podían alojarlos porque, según ellas, sólo se permitía el acceso a las mujeres sandinistas). Y eso, a pesar de la fácil argumentación que se daba para cumplirlas: "basta que sean nicas para que cuenten con un lugar seguro para sus hijos mientras ellas trabajan" (Lacayo: 1991: 82).

Aquí podemos establecer una primera conclusión: lo que ofreció la propaganda electoral, de manera subjetivista y mágica —es decir, que el "mundo nicaragüense" iba a cambiar en cuanto hubiera una mujer Presidente—, para transformar y mejorar las condiciones de vida de las mujeres, se puede considerar tan demagógico o ideologizante como el punto de vista dogmático y objetivista, que concibió la emancipación de la mujer como un resultado automático de los grandes decretos y la socialización de los medios de producción (Montenegro: 1991: 109).

Esta conclusión nos sirve para conectarnos, otra vez, con el contenido político de la vida cotidiana y las relaciones de poder que se ejercen en los ámbitos domésticos y comerciales donde las mujeres se han venido incorporando al mercadeo en Bluefields. En este sentido, vamos a reconsiderar desde otro ángulo el problema de la concepción dualista de lo político.

Por una parte, nos interesa analizar la "indiferencia política", que se puede interpretar como el significado de ciertas expresiones radicales de algunas comerciantes, que manifiestan frustración y desencanto con los políticos y la política, en términos de que "ya están hartas de promesas y de que las quieran controlar", y de que "no les importan los colores políticos" porque para ellas "lo importante es que las dejen trabajar para sobrevivir". Y por otra parte, los problemas de las activistas para entender los cambios políticos que se operan en lo doméstico y para apreciar la capacidad de las comerciantes de actuar en forma autogestiva.

Silvia Saakes (Brenes *et al.*, 1991: 192) se refiere a los "rompecabezas" del movimiento feminista nicaragüense y, entre ellos, identifica el atraso político y la baja conciencia de la mujer de su desigualdad genérica. En forma más específica, Dorothea Wilson (Brenes *et al.* 1991: 163) concibe que "en la Costa persiste en lo doméstico una tirantez de superioridad masculina, mientras que en la sociedad se ha luchado por la igual-

dad", y que eso sucede porque muchas mujeres desconocen los derechos que les han dado las nuevas leyes que les son favorables.

Para resolver esos "rompecabezas", Saakes propone un enfoque teórico basado en la aceptación de los roles tradicionales de la mujer como estrategias de sobrevivencia, tal como las implementan muchas mujeres de los barrios de Managua (con las que interactuó en el proceso de investigación). Sin demeritar en su totalidad la utilidad del concepto y su aplicación a las circunstancias que se enfrentan localmente, su mayor debilidad estriba en el hecho de que persiste una interpretación del cambio político como resultado de la intervención estatal e institucional.

Aunque la Revolución, sin duda, generó avances en muchos aspectos para las mujeres, en el ámbito doméstico los cambios no han sido profundos o ni siquiera están presentes. La mujer sigue siendo la responsable del trabajo doméstico y del cuidado del hogar.

Por otra parte, Gioconda Belli (entrevistada por Murguialday 1990: 213) establece que:

"No es la participación política en sí misma la que resuelve los problemas de las mujeres, puesto que estos se manifiestan justamente en el momento en que una se incorpora a las actividades públicas, ahí es cuando empezás a entrar en choque con tu estructura familiar."

La base para la hipótesis de Silvia Saakes de que los cambios en lo doméstico no se han operado, es el hecho de que concibe a las mujeres maniatadas y con menos posibilidades de moverse por la responsabilidad del cuidado del hogar. El enfoque etnográfico que hemos presentado en este artículo nos lleva a conclusiones muy diferentes.

Las comerciantes no esperaron pasivamente a ser autorizadas para convertirse en agentes económicos y políticos en la circulación de mercancías y de intereses políticos en Bluefields. A pesar de los problemas que siguen enfrentando, desde hace mucho tiempo se han brincado las

trancas del hogar y eso les ha significado no sólo que lograron más posibilidades de sobrevivir, sino que en los momentos de crisis económica donde han sucumbido incluso otros sectores "supuestamente mejor capacitados" (como los maestros y las enfermeras), han encontrado las maneras de manejarse flexiblemente de acuerdo a las condiciones de los cambios de políticas comerciales, trascendiendo el esquema idealizado ya sea que se conciba como mercado regulado o desregulado.

Por otra parte, el argumento de Gioconda Belli de que no es la participación política, por sí misma, la que resuelve los problemas de la mujer, porque incluso le causa un choque con su estructura familiar, parece ser un argumento lógico pero también insuficiente. La cuestión a resolver de cualquier manera para las mujeres como Gioconda, no es cómo dar marcha atrás dejando de participar políticamente o abandonando los espacios que se han creado. Nuestra impresión es que, como pasa también en los casos de varias de las comerciantes, les gusta manejarse ya en el contexto de nuevas situaciones que las piensan irreversibles; es decir, que lo doméstico ya no está ajeno o separado de lo público y que en definitiva han relativizado la cuestión de la subordinación a los hombres. Como afirmaba la mujer líder de la cooperativa COPECO:

"Me resulta fatal pasar un día nomás metida en la casa, porque siento que me ahogo ahí. Si ya he pasado tanto tiempo resolviendo problemas y haciendo cosas en la cooperativa, ya no voy a volver atrás ni siquiera para pasarme un domingo subyugada en casa, eso ni volviéndome a casar se lo aceptaría a otro hombre."

Otras simplemente argumentan que más vale estar solas que mal acompañadas. Una evidencia semejante la ofrecen Broadbent y Collinson (1990: 62); para ellas, las mujeres del comercio informal de Managua "se sienten capaces de manejarse sin los maridos y, en efecto, la mayoría prefiere ese camino porque se sienten libres e inde-

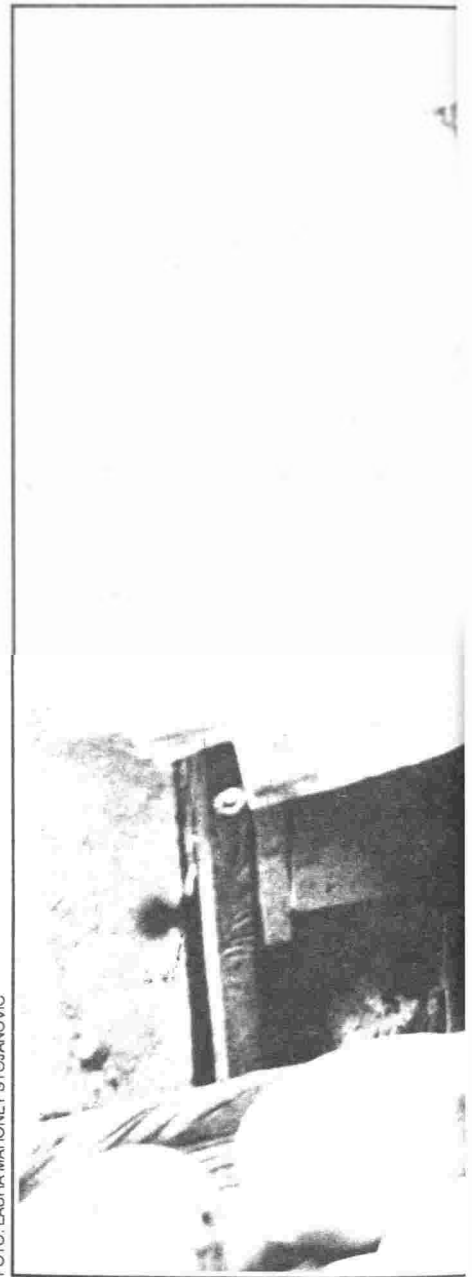


FOTO: LAURA MAHONEY STOJANOVIC

pendientes como si fueran sus propios jefes". Por eso, seguramente muy pocas estarían dispuestas a seguir atribuyendo (porque no les gusta seguirse torturando con expresiones ideológicas pasadas de moda), las malas condiciones de la vida doméstica a la Revolución Sandinista. La "estructura familiar" de la que hablaba Gioconda Belli tenemos que concebirla —como hemos mencionado antes— no sólo como una estructura que condiciona, pues al mismo tiempo es la circunstancia y



el medio que provoca y reta para salir adelante.

En realidad, se trata de muchos cambios cotidianos aparentemente menos perceptibles y que desde mucho tiempo antes se venían operando. La clave no está únicamente en la creación de un nuevo marco legal, por más que éste sea importante, ni tampoco exclusivamente en los permisos y las condiciones ideales de vida para la mujer. Estas, como hemos analizado, se van creando y modificando en la interrelación entre

hombres y mujeres, en los contextos institucionales y cotidianos.

En ese sentido, por ejemplo, sin que pudieramos saber a ciencia cierta qué tanto conocían las mujeres comerciantes sobre las leyes que las favorecen, pudimos darnos cuenta de que para algunas ya eran cuestiones de sentido común. Así tomaban el hecho de que el divorcio lo podían decidir unilateralmente, o también entendían el cuidado de los hijos como algo que correspondía en forma pareja a los dos conyugues, etcé-

tera. Simplemente, al saber que les asiste la razón vimos que se lanzaban a actuar con menos temor, porque tampoco se iban a quedar esperando hasta que el derecho penal y la policía castigaran a los maridos infractores. Desde antes se las ingeniaron para lanzarlos, o si no los lanzan se manejan con ellos en la forma que les hagan menos daño.

Otro tanto sucede con el decreto de Autonomía de la Costa. Directamente sólo conocimos de dos ocasiones en que se usó por los comer-

cientes. En una de ellas, para implantar una Comisión Reguladora de Precios, presidida por el gobierno autónomo regional encabezado por la UNO,²⁸ y en otra más para resolver una querrela entre comerciantes. En ambos casos, se hizo mención del argumento de garantizar el uso de los recursos y posibilidades en beneficio de los habitantes de la Costa.

Pero la Costa ya ha cambiado mucho y ahora, aparte de la población indígena, existe una mayoría de población mestiza proveniente del Pacífico, que también argumenta o se ve afectada por el Estatuto, a partir de que ya tiene al menos tres años de vecindad en la región. La disputa entre una comerciante más rica que lleva muchos años de establecida, y que se quejaba de que una de las comerciantes de la calle le impedía su espacio de maniobra, se zanjó

acudiendo a los derechos que respaldaban a las vecindadas en la ley de Autonomía, mediante la intervención del jefe del gobierno regional autónomo.

De esa forma, la sociedad local se va reestructurando socialmente en una forma cada vez más compleja, que tiene que tomar en cuenta a estos cientos de mujeres, muchas de las cuales no eran consideradas como agentes económicos o políticos importantes. Los derechos de cientos de mujeres que intervienen provisionalmente en el mercado al trabajar en las calles, en espacios anexos a sus hogares o en esquinas contiguas a los espacios públicos, se van afianzando también como espacios sociales garantizados por el decreto de Autonomía y sobre todo por la voluntad política de las mujeres comerciantes de mantener sus espacios

sociales que les significan mejores condiciones de vida doméstica y relaciones sociales que no están dispuestas a abandonar.

Precisamente, siguiendo la evolución de la COPECO, se puede confirmar el cambio y la reafirmación de esa conciencia o voluntad política, que se expresa como tendencia autogestiva de las comerciantes que han decidido, por lo pronto, no fincar demasiadas esperanzas en las promesas de los políticos.²⁹ Los miembros de la cooperativa han pasado de un desencanto a otro. Habiéndose iniciado como una cooperativa promovida por los comités sandinistas, que les ofrecían tener acceso a productos básicos de primera necesidad y créditos, se organizaron bajo la inspiración del nombre de uno de los pocos comandantes revolucionarios de la región. Sin embargo, se convencieron finalmente que el nombre y los buenos deseos no les facilitaban el acceso a los productos, y tampoco les allegaban créditos porque de hecho la escasez y el reparto de mercancías nunca se resolvieron. Esto obviamente creó y fomentó la inconformidad de la mayoría de miembros hacia los sandinistas.

Para evitarnos el atribuirles a las cooperativistas una acusación de reaccionarias o de atrasadas en términos políticos, por el hecho de acumular esa insatisfacción que trataron de resolver cambiando de bando político. Vamos a acudir al reconocimiento crítico del comandante Wheelock (Editorial Barricada: febrero 12 de 1991). Wheelock establece que el monopolio estatal del acopio provocó dos problemas muy serios. Por una parte, se ganó la enemistad de una base campesina que aspiraba a tener precios más altos, y por otro lado, al adoptar políticas de control y coerción cuyo objetivo se dirigía a pelear con los comerciantes especuladores y a favorecer a los consumidores, el gobierno sandinista aparte de chocar con el tradicional entorno campesino conservador de paso se granjeó también la enemistad de los comerciantes.

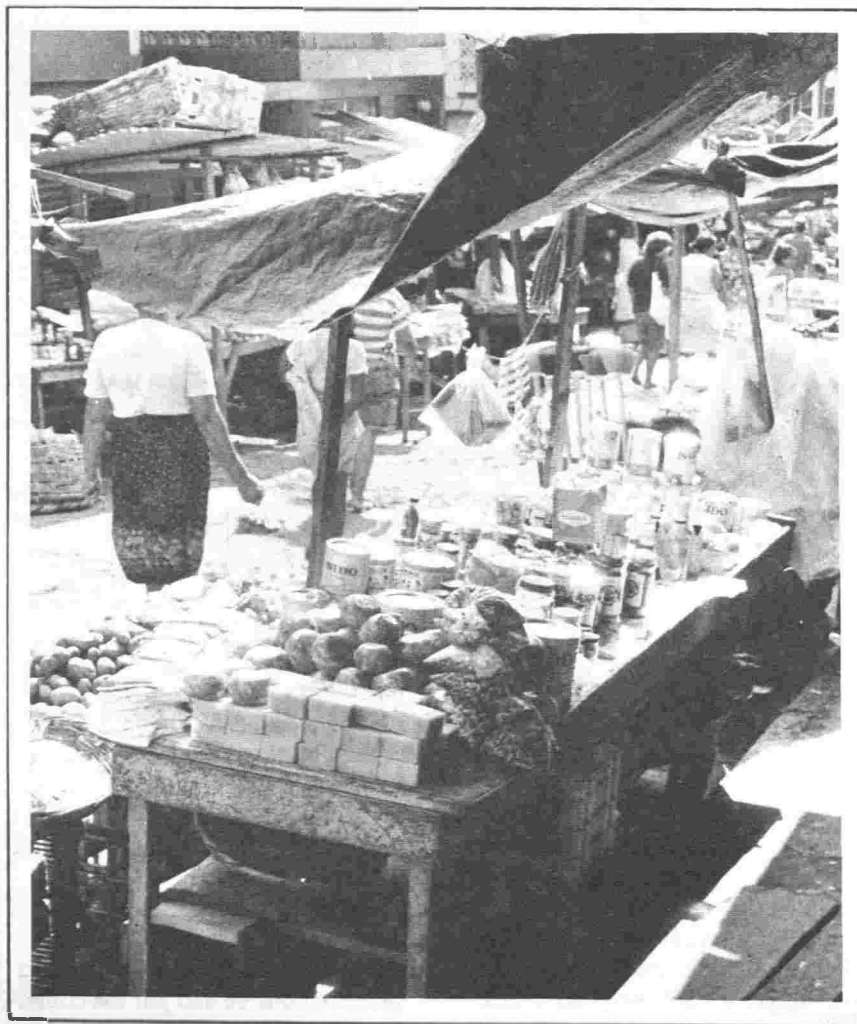


FOTO: RONNIE VERNOOY

Durante la campaña electoral de 1989, de manera personal algunas cooperativistas se convirtieron en activistas y formaron, junto con otras blufleñas, la asociación de mujeres independientes en apoyo a la campaña de Violeta. La cooperativa se sumó a apoyar a la UNO bajo el nombre de "nuevo amanecer", en esa forma trató de renovar sus demandas básicas de crédito y productos básicos baratos y accesibles. Al parecer, volvieron a perder toda esperanza en el apoyo de la UNO y ahora, bajo los nuevos vientos que soplan de la privatización y de darle un mayor peso a la iniciativa privada, ya volvieron a cambiar de nombre, lo que implicó una perspectiva desideologizada, al llamarse simplemente COPECO. Pero su afiliación al sector privado, a través del INDE-FUNDE (Instituto Nicaragüense de Desarrollo), nuevamente les está dejando en claro que no pueden esperar la solución de parte del instituto empresarial que tampoco parece abrirles las puertas al crédito y productos baratos accesibles. Por lo pronto, han caído en la cuenta de que entre "los empresarios privados" también se manipula, se hacen cosas chuecas y se reiteran promesas demagógicas.

Finalmente y para concluir, cabe aclarar que la visión dicotómica de la política no se resuelve con arribar a conclusiones generales de tipo sistémico, en las que las partes se deben subordinar al todo (como por ejemplo: los individuos continuarán subordinados al sistema político, las comerciantes seguirán dependiendo de las leyes del mercado, las mujeres continuarán expuestas al dominio de los machos); pero tampoco se resuelve enfatizando únicamente la complejidad de las condiciones locales. Por cierto, la exclusividad de las situaciones locales y regionales que pretenden basarse en una autonomía de los actores sociales fuera de toda proporción, también puede resultar tan mítica como el sistema político al que se le asigna la omnipotencia de subordinar a todas sus partes. Simplemente no es posible asignar un valor absoluto a las expresiones culturales diferenciadas,

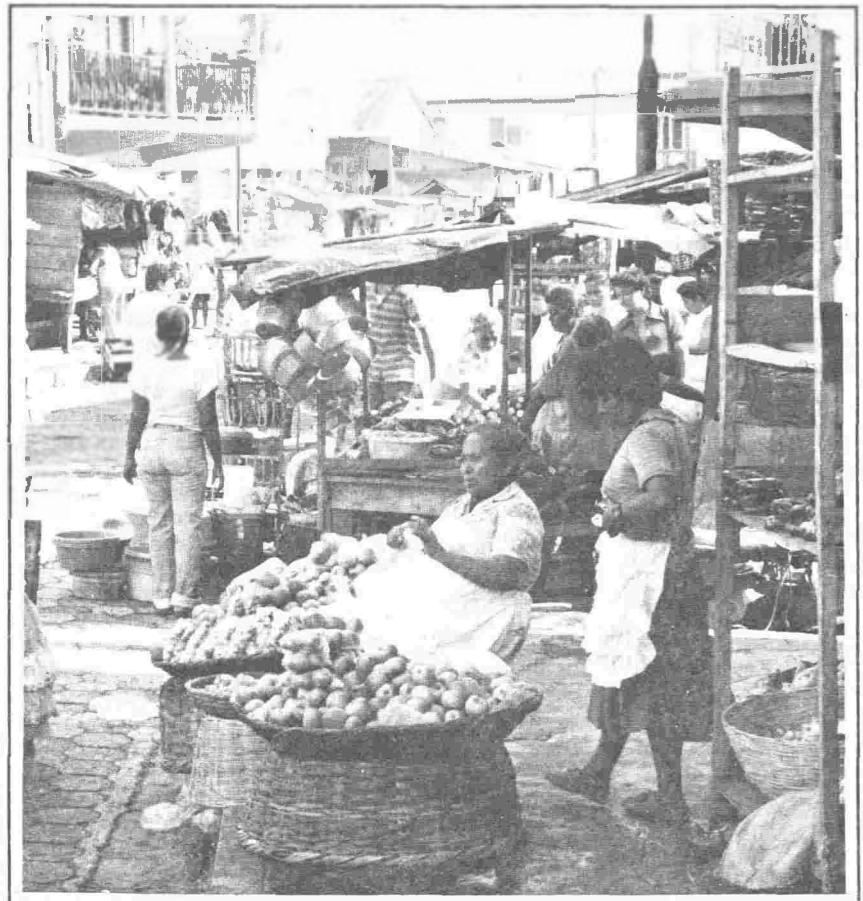


FOTO: RONNIE VERNHOY

porque las situaciones se presentan en forma muy entremezclada. Así por ejemplo, tampoco se puede concluir que los estilos de comerciar femeninos puedan funcionar en forma absolutamente original y al margen de los mecanismos de integración al mercado, sino que los estilos expresan las formas en que van aprendiendo a dominar o a adaptarse a los mecanismos del mercado.

No es posible creer que de un solo golpe se van a acabar las diferentes formas de subordinación genérica o de maltrato, y que va a llegar a desaparecer por decreto todo tipo de subordinación al mundo machista. En la competencia y las alianzas políticas todos los espacios cuentan y, por supuesto, el ámbito doméstico desde hace mucho tiempo que es crucial para aclarar y dar sentido a las metas alcanzables políticamente, así como para evaluar la calidad de la vida humana y del proceso político que se vive. Pero tampoco existe el reino de

la pureza, ni el territorio de la neutralidad donde los humanos se puedan salvar de las contaminaciones de un involucramiento interesado en las ideologías que representan diversas corrientes de intereses políticos y económicos, que se discuten más en las circunstancias cotidianas que en la Asamblea Nacional. Las vías para ensayar intentos más interesantes para el análisis del acontecer político, están abiertas a condición que no se repitan los acostumbrados esquemas dicotómicos de la política, de que se elimine la preeminencia de la macro política sobre la micro política y, en el sentido inverso, que se encuentren las maneras de darle mayor significación a las circunstancias cotidianas de la lucha por el poder inscritas en la vida doméstica y en la actividad diaria de cualquier ciudadano, como lo vienen enfatizando con mucha fuerza muchas activistas feministas en todo el mundo.

NOTAS

1. Este artículo presenta una parte de los resultados de un proyecto específico de investigación sobre el mercado de Bluefields. El trabajo de campo se realizó entre los meses de abril y junio de 1991, en el marco del programa de investigación sociológica "Autonomía y Desarrollo Local", ejecutado conjuntamente entre el Departamento de Sociología del Desarrollo Rural de la Universidad Agrícola de Wageningen (WAU) y el CIDCA, bajo la supervisión del Prof. Norman Long y con recursos financieros aportados por la Fundación Holandesa para el Avance de la Investigación Científica en Países Tropicales. En el proyecto sobre el mercado participaron como investigadores Ronnie Vernooy y Gabriel Torres, de la WAU, y Noreen White, Roberto Rigby y Kevin Campbell, por parte de CIDCA.

2. Bluefields es el centro urbano más importante de la Región Autónoma del Atlántico Sur (RAAS) de Nicaragua y cuenta seguramente con más de 30 mil habitantes. Aunque actualmente no existen datos precisos acerca de la cantidad de productos que se traen desde fuera a Bluefields (Managua y otras regiones del Pacífico nicaragüense), así como del Caribe (Costa Rica, Panamá, San Andrés-Colombia), desde donde se importan y llegan por barco a Bluefields: granos básicos, abarrotes, refrescos, cervezas, electrodomésticos, artículos del hogar, ropa y papelería; a partir de los datos de los reportes de 1986 y 1987, elaborados por el Ministerio de Comercio Interior y el Ministerio de Planificación del gobierno sandinista, se puede estimar que lo importado representa más del 90 por ciento de lo que se

comercia. Lo que se produce y se vende localmente son productos pesqueros, agrícolas (granos y frutas), comida y artesanías.

3. Usamos el término coyuntural para remarcar lo provisional y confuso de la situación actual, pero en esta acepción no estamos definiendo el paso forzoso de un estadio o modelo de desarrollo a otro, como si fuera posible borrar todas las influencias y redefinir un nuevo proceso político que, con toda pureza y sin mezclas, estuviera marcando el paso del sistema de mercado "tipo socialista" del sandinismo hacia el capitalismo de la UNO. Ni tampoco estamos anunciando que en un corto plazo terminará la transición económico-política que se vive en la actualidad y que lo que sigue será una estabilización, sino más bien, como parece sugerirse



FOTO: ARCHIVO CIDCA

por las circunstancias que se viven, lo coyuntural tiene el significado de la incertidumbre que tiende a dominar en los momentos actuales.

4. Hasta 1987, el MICOIN afirmaba que tenía bajo control a 692 comerciantes y prestadores de servicios, de éstos, 263 eran pulperos minoristas. Sin embargo, esta situación bajo control se modificó radicalmente, al grado que durante el desarrollo de esta investigación ninguna autoridad (municipal, regional y nacional) supo responder, con precisión, a nuestra pregunta sobre las nuevas venticitas que se habían creado en el último año y cuántos comerciantes estaban operando en total en toda la ciudad. Los funcionarios cuestionados se manejaron con aproximaciones y varios hablaron de que seguramente ya eran más de tres mil comerciantes, incluyendo cerca de mil operando en las calles. Cuando les pedimos una explicación del fenómeno, unos lo atribuyeron a la influencia de las nuevas tendencias comerciales que están dominando Nicaragua desde el extranjero; otros argumentaron que el descontrol existente era debido a la astucia de los comerciantes, que no les gusta manifestarse ante la autoridad por el temor de pagar más impuestos.

5. Véase al respecto el interesante artículo "Tradición, Derecho y Autonomía", de Mario Rizo Zeledón (Wani No.10: 1:991: 72-84). Rizo establece que se está dando una reorganización de las estructuras del poder local en las comunidades costeñas, aun sin contar con una base jurídica previa, en la que se van fusionando diversos factores ideologizados internos y externos que operan como un agregado de procesos aculturizantes. En esa reorganización de las relaciones jurídico-políticas entre estado-región y comunidades (entre las que se incluyen las leyes del mercado), Rizo atribuye un papel muy importante a lo consuetudinario y a la interpretación casuística. Este enfoque coincide con el que hemos adoptado en este artículo.

6. Las mujeres comerciantes con las que pudimos interactuar en el proceso de investigación, pertenecen a diversos estratos sociales y son originarias de: Managua, Masaya, Matagalpa, León, Ciudad Rama y otras zonas costeras. Casi todas ellas llegaron a vivir a Bluefields, o acudían semana a semana, con anterioridad o al menos desde los días del ciclón Joan. Sin pretender desarrollar una muestra aleatoria, pudimos conocer diferentes experiencias comercia-

les y desarrollamos diversos tipos de diálogo formal e informal (incluyendo 20 entrevistas grabadas). Por ejemplo, entre las llamadas "mayoristas" conocimos tres diferentes tipos de comercios regidos por mujeres y que están afiliadas a la cámara de comercio local. Conocimos también el caso de otras dos comerciantes mayoristas que operaban desde la calle y un caso más de una ambulante que venía cada semana desde Managua. El resto de las comerciantes con las que interactuamos eran mujeres que vivían solas, que en su mayoría eran pobres y si no al menos no ricas, que trabajaban en las calles y algunas tenían establecimientos en el antiguo edificio del mercado. El único grupo de pequeños comerciantes organizado con que nos logramos relacionar fue el de la Cooperativa de Pequeños Comerciantes (COPECO).

7. Tijerino y Vernooy (1991: 124) refieren que la idea de "comenzar de nuevo" emerge como una consigna propuesta por los campesinos de las zonas periféricas de Bluefields, que de esa manera conceptualizaron la práctica social y las actitudes que adoptaron al estar reconstruyendo sus viviendas, bodegas y espacios de trabajo después del ciclón Joan. Con esto también querían subrayar la diferente idea de la reconstrucción que tenían respecto a los planeadores. Sin embargo, desde otro ángulo el "comenzar de nuevo" es nuevamente usado como consigna por algunas comerciantes que participaron en la campaña política de la UNO y con eso querían subrayar la necesidad de volver a rehacer lo destruido por la guerra.

8. Para Long, el concepto de "interface social" implica encuentros cara a cara entre los partidos o intereses opuestos o que están colaborando entre sí en una situación social dada. Estos "enfrentamientos cara a cara" son fundamentalmente de carácter político y son reveladores de las reglas implícitas y explícitas de los juegos de poder en que los partidos contendientes están involucrados. Long considera el proceso de las relaciones de poder como algo siempre discontinuo, porque nunca una alianza o negociación se desarrolla de la misma manera, sino que representa y está sujeta a nuevas circunstancias y características emergentes. Aún en el caso de contextos aparentemente invariables y fijos, el análisis de una situación de "interface social" permite seguir la naturaleza fluida y potencialmente cambiante de las relaciones entre los circunstancialmente poderosos y los no poderosos.

Centroamérica y el Caribe

afondo



Desde 1983 Pensamiento Propio produce mes a mes información y análisis sobre Centroamérica y el Caribe, elaborados por un equipo estable de periodistas, investigadores y colaboradores de renombre. Editada por CRIES.

Suscripción

Centroamérica y el Caribe US\$22
América Latina y USA US\$27

Apartado C-163, Managua, Nicaragua

Conozca P.P. y luego decida su suscripción.

Nombre: _____

Dirección: _____

País: _____

NOTAS

9. Aquí vamos a tomar el ejemplo de los conceptos planteados en el manual de Economía Política (Rojas R., Alejandro: **Economía y Sociedad**, ed. Limusa, México, 1991) que se sigue en las escuelas secundarias de Bluefields. Hemos optado por considerar las definiciones de este manual, porque se trata de ideas que se están divulgando ampliamente en la localidad, a pesar de que seguramente existen otros mejores tratados. En este texto escolar, el mercado es visto, en primer término, como el lugar donde se intercambian mercancías y servicios. Luego, se le toma como "el área geográfica-económica a donde concurren compradores (demandantes) y vendedores (oferentes) a intercambiar bienes y servicios por dinero". Además, el "mercado" se opera y se regula mediante la aplicación de una especie de "ley natural", la de la oferta y la demanda, que se efectúa mediante las negociaciones y el consenso para establecer los precios (p. 44-45).

10. Viendo al mercado como un orden simbólico espacial, se está reconsiderando la importancia de las locaciones o situaciones espaciales para el análisis sociológico, pero despojándolas de la rigidez con la que tradicionalmente se les había observado, al definir esos espacios más por su funcionalidad o por sus fronteras físicas y menos por las relaciones sociales que operan en torno a ellos. Agnew y Duncan (1989: 7) insisten en que la situación espacial no sólo sirve como un indicador, sino que es de donde emerge el orden social y político. Agregan que el espacio, tanto en el pasado como en el presente y tanto en el primer mundo como en el tercero, sirve como un constante repositorio reenergizado de las tradiciones e identidad política y socialmente relevantes. El espacio sirve para mediar entre la vida cotidiana de los individuos, de una parte, y de otra, entre las instituciones nacionales y supra nacionales que impiden o permiten la reproducción de las vidas de los unos en las de los otros.

11. La Unión Nacional Opositora es la coalición de 14 partidos políticos que contendió contra los sandinistas y les ganó las elecciones dando paso a la formación del gobierno actual. De los grupos políticos que participaron más

activamente en la campaña electoral de la UNO y que lograron más apoyo en la región, aparte de los llamados desmovilizados de la Resistencia, está el Partido Social Cristiano y los grupos sindicales allegados a la Central de Unificación Sindical (CUS), cuyo Presidente, Alvin Gutrie, es también el jefe del gobierno regional. De estos grupos fue sobretodo la CUS la que logró involucrar a muchos comerciantes en la contienda electoral a favor de la UNO.

12. A lo largo del artículo usaremos nombres ficticios para preservar la identidad de nuestras informantes.

13. Lo que hay que entender como "hacerlo sin esperar el permiso de una autoridad".

14. La violencia o maltrato hacia la mujer, según el último informe del Instituto Nicaragüense de Seguridad Social y Bienestar (INSBB), revela que en Nicaragua se alcanza un índice de entre el 70 y 80 por ciento y que esto ocurre independientemente del nivel de educación, la condición económica y las clases sociales (Mayo de 1986, citado en: Rodríguez: 1990: 147) Sin embargo, las condiciones específicas del maltrato son sumamente variadas, por eso no parece ser suficiente el conceptualizarlas bajo el rubro de porcentajes globales. El acercamiento del estudio de caso que aplicamos en este artículo parece ser útil para aclarar las circunstancias y mecanismos en que éste opera.

15. Véase al respecto Long (1984) y Villarreal (1991).



FOTO: ARCHIVO CIDCA

16. En realidad, la "relativa facilidad" de incorporarse al comercio implica realizar grandes esfuerzos, incluyendo dobles jornadas de trabajo y correr riesgos al tener que tratar con desconocidos y al hacer muchos contactos fuera de casa para conseguir préstamos en dinero o mercancías; e implica también encontrar alternativas para seguir al cuidado de los hijos.

17. Dorothea Wilson (1991:159) comenta que, hasta antes de la Revolución Sandinista, en la Costa muchas mujeres a lo máximo que podían aspirar, era a sumergirse en otro tipo de subordinación al emplearse como sirvientas de las clases medias y altas.

18. Véase también al respecto "La historia oral de Bluefields", por Hugo Sujo Wilson. En Wani No.9, 1991. p. 30.

19. Para los creoles, el comercio es una actividad poco atractiva y que no les gusta. Aparentemente, la pesca, el estudio y actividades escolares, la política y la religión representan, para ellos, las alternativas que más les interesan.

20. A partir de una investigación de campo sobre la mujer costeña y su participación en la pesca artesanal, Gordon y compañeros concluyen que existen condiciones marginales de desarrollo para la mujer costeña. Tijerino y Vernooy (1991: 136) se refieren, por otra parte, al caso de las mujeres campesinas de los alrededores de Bluefields, y observan que en el contexto de las tareas de reconstrucción material después del ciclón Joan su rol principal era el reproductivo; esto significaba para ellas pasar la mayor parte de su tiempo en el trabajo doméstico y al cuidado de los hijos y concluyen que bajo esas circunstancias específicas: "la división sexual del trabajo, lejos de ser transformada o abolida, se perfilaba perpetuarse por un tiempo no definido".

21. Moore (1988: 37) enfatiza que los conceptos de "mujer" y "hombre" son socialmente contruidos bajo diversas circunstancias y que por ello se deben entender más como resultados de representaciones ideológicas que como cualidades fisiológicas inherentes. En todo caso, lo fisiológico ofrece posibilidades pero no determina la representación cultural. Las ideas culturales y expresiones de la "mujer" y el "hombre" son generadas y expresadas a través de los conflictos y tensiones, que surgen en distintos contextos so-

ciales cuando se disputan recursos y se defienden intereses. Se puede ganar mucho analíticamente manteniendo el énfasis metodológico de la representación circunstancial reconstruible a partir de las situaciones de "interface social".

22. Véase Moore (1988: 22).

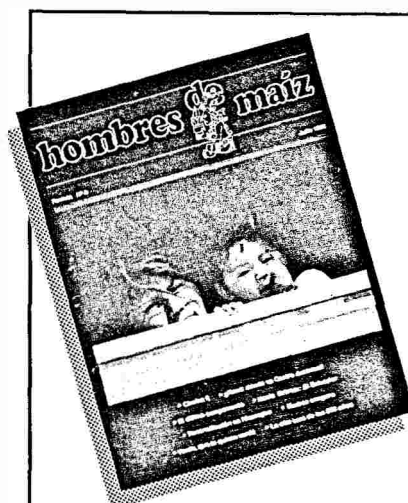
23. Siguiendo a Van der Ploeg (1990: 4), que ha usado el término de estilos de desarrollar la agricultura, "farming styles", hemos adaptado el concepto estilos de mercadear para caracterizar la heterogeneidad de las prácticas comerciales de estas mujeres.

24. El deterioro económico que afectaba a todo Nicaragua tuvo su momento más crítico entre abril y mayo de 1991. Obviamente, la situación se trató de manejar en forma ideológica, culpando de los males al gobierno sandinista. Sin embargo, ante lo radical de las medidas (una devaluación mayor del córdoba frente al dolar, que llegó a ser del 500 por ciento, la sustitución del llamado córdoba chanchero por el córdoba oro y la supresión de miles de empleos relacionados con las dependencias del gobierno), aparte del culpable histórico, se requería de encontrar también soluciones más inmediatas que comprometían al gobierno regional y municipal a realizarlas.

25. Se trata de una joven comerciante que tiene dos puestos comerciales (uno en la calle y el otro en una bodega rentada) y está progresando mucho en la actividad, al decir de sus compañeras. En buena parte, la razón de su éxito se la atribuyen al apoyo del esposo, un contador dedicado al comercio que no le gusta salir a los viajes y prefiere quedarse a cuidar de los puestos y de la familia.

26. Véase al respecto la entrevista con Sofía Montenegro, p. 102, en el libro *La mujer nicaragüense en los años 80*, edic. Nicarao, 1991.

27. Carlos Vilas (NACLA Report on the Americas: June 1990. p. 9) define el resultado electoral como un fenómeno contradictorio y complejo, que no se ha explicado suficientemente y critica el enfoque dualista que encierra toda la discusión en la eternidad del sandinismo y la omnipotencia de Estados Unidos. Desde su punto de vista, tan incompleta es la explicación de la izquierda (sandinista), que ve las cosas culpando a las



Hombres de maíz

Una publicación del Programa de Desarrollo para Desplazados, Refugiados y Repatriados en Centroamérica (PRODERE)

Proyectos del programa y cultura de estas comunidades centroamericanas.

Oficina para Centroamérica
55 Avenida Sur, Centro Roosevelt. Sn. Salvador, El Salvador.

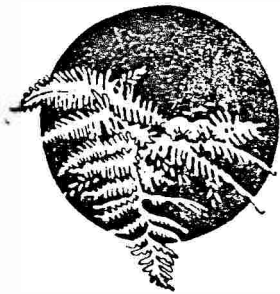


Tel. y fax: +(503)240757
793851

fuerzas externas del imperialismo (el dinero de Estados Unidos para financiar la campaña de la UNO), como la de derecha (UNO), que de todo culpa a los corruptos líderes sandinistas. Para Vilas, en conclusión hay mucho más que lo que ofrecen ambas explicaciones.

28. Se reconoce que la Constitución nicaragüense es la más avanzada en América Latina en cuanto a la protección de los derechos de la mujer y eso lo dicen también mujeres de la UNO y sandinistas (Véase Rodríguez: 1991: 145; Wilson: 1991: 158; Lacayo: 1991: 73; Daboud Matilde: editorial en *La Prensa*: abril 19 de 1990). También se reconoce que ese avance de los textos legales se debió a la exitosa lucha política parlamentaria desarrollada por grupos feministas desde la AMNLAE o en forma más independiente, las cuales tuvieron que luchar contra la corriente para defender esas ideas. Cuestiones como el divorcio unilateral, la condena moral del maltrato y la violencia y la responsabilidad compartida sobre el cuidado de los hijos, han quedado claramente establecidas en las leyes de Nicaragua. La gran excepción es el Código Penal, donde no se logró tipificar las penas correspondientes a los delitos relacionados. Quizá por ello se explique lo que argumenta Dorothea Wilson: que las leyes favorables aprobadas en la Asamblea Nacional no se pueden aplicar con igual facilidad, porque además se aplican bajo las diferentes condiciones concretas que persisten en las diversas regiones del país (ibídem, p. 158).

29. Esto no significa que, en el caso de una nueva campaña electoral, no van a ser arrastradas a participar. Con seguridad lo harán muchas de ellas, pero contarán con el acervo de experiencias aprendidas que les permitirán filtrar al menos lo que se les promete.



BIBLIOGRAFIA

- Agnew, John y Duncan, James S.. (1989) **The Power of Place bringing together Geographical and Sociological Imaginations.** Cambridge, University Press. England.
- Joan. (1974) "The myth of Matriarchy: Why Men rule in Primitive Society". In Rosaldo and Lamphere ed. **Woman, Culture & Society.** Stanford University Press, Stanford California. USA.
- Belli, Gioconda. (1989) **La Mujer Habitada.** Editorial Vanguardia. Nicaragua.
- Brenes, Ada Julia; Ivania Lovo y Sylvia Saakes. (1991) **La Mujer Nicaragüense en los años 80.** Ediciones Nicarao. Nicaragua.
- Broadbent, Lucinda y Helen Collins. (1990) **Women and Revolution in Nicaragua.** Zed Books. Ltd. London. England.
- Gordon, Edmundo. (1991) "La mujer costeña en la pesca artesanal". *Wani*. No. 9., p. 66-73. CIDCA. Managua. Nicaragua.
- Lacayo, Aura Lila. (1991) Entrevista en Brenes et al. **La mujer nicaragüense en los años 80.**, p. 71-94.
- Long, Norman E. (1984) **Creating Space por Change: A Perspective on the Sociology of Development.** Inaugural lecture. Wageningen Agricultural University. The Netherlands.
- ____ (1989) **Enconunters at the Interface: A perspective on Social Discontinuities in Rural Development.** Sociological Studies 27. Wageningen Agricultural University. The Netherlands.
- ____ (Forthcoming) **Battlefields of Knowledge: The interlocking of Theory and Practice in Social Research and Development.** Routledge. London. England.
- Lynn Dale Heek, Dennis. (1990) **Life Stories of the Nicaraguan Revolution.** Routledge and Kegan Paul. London. England.
- Marcos, G. E. y Fisher, M. J.. (1986) **Anthropology as Culture Critique: An experimental in Moment in Human Sciences.** Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Menjibar, Lara. y Pérez Sáinz, Comps.. (1989) **Informalidad Urbana en Centroamérica.** Ed. Flacso, Fundación Friedrich Ebert.
- Ministerio de Comercio Interior (1987) "Características de la Zona Especial II". Reporte interno mimeo, p. 24. Bluefields, Nicaragua.
- Ministerio de Comercio Interior (1987) "Características de las Redes de Distribución y Abastecimiento de Zonas Rurales. Zona Especial II". Reporte interno mimeo., p.15. Bluefields, Nicaragua.
- ____ (1986) "Problemática del Abastecimiento y Alternativas de Solución en la Zona Especial II". Reporte interno mimeo., p.14. Bluefields, Nicaragua.
- Montenegro, Sofia. (1991) Entrevista en Brenes et al 1991 **La mujer Nicaragüense en los años 80.** p. 95-120.
- Moore, Henrietta. (1986) **Space, Tex and Gender: An Anthropological Study of the Marakwet of Kenya.** Cambridge University Press. England.
- ____ (1988) **Feminism and Anthropology** Polity Press & Basil Blackwell. Cambridge, Oxford. England.
- Moser, Caroline. (1978) "Informal Sector or Petty Commodity Production: Dualism or Dependence in Urban Development?" **World Development** 6 (sept/Oct) 1041-1064.
- Murguialday, Clara. (1990) **Nicaragua, Revolución y Feminismo (1977-89).** Edit. Revolución. Madrid, España.
- NACLA. (1990) "Nicaragua haunted by the Past". Report on the Americas. Vol XXIV. numb. 1. June 1990.
- Pas-Ong, Supanb (1990) "Market or State: Who rules?" Paper presented at The EIDOS Winterschool. January 1990 p. 34. Bielefeld University Germany.

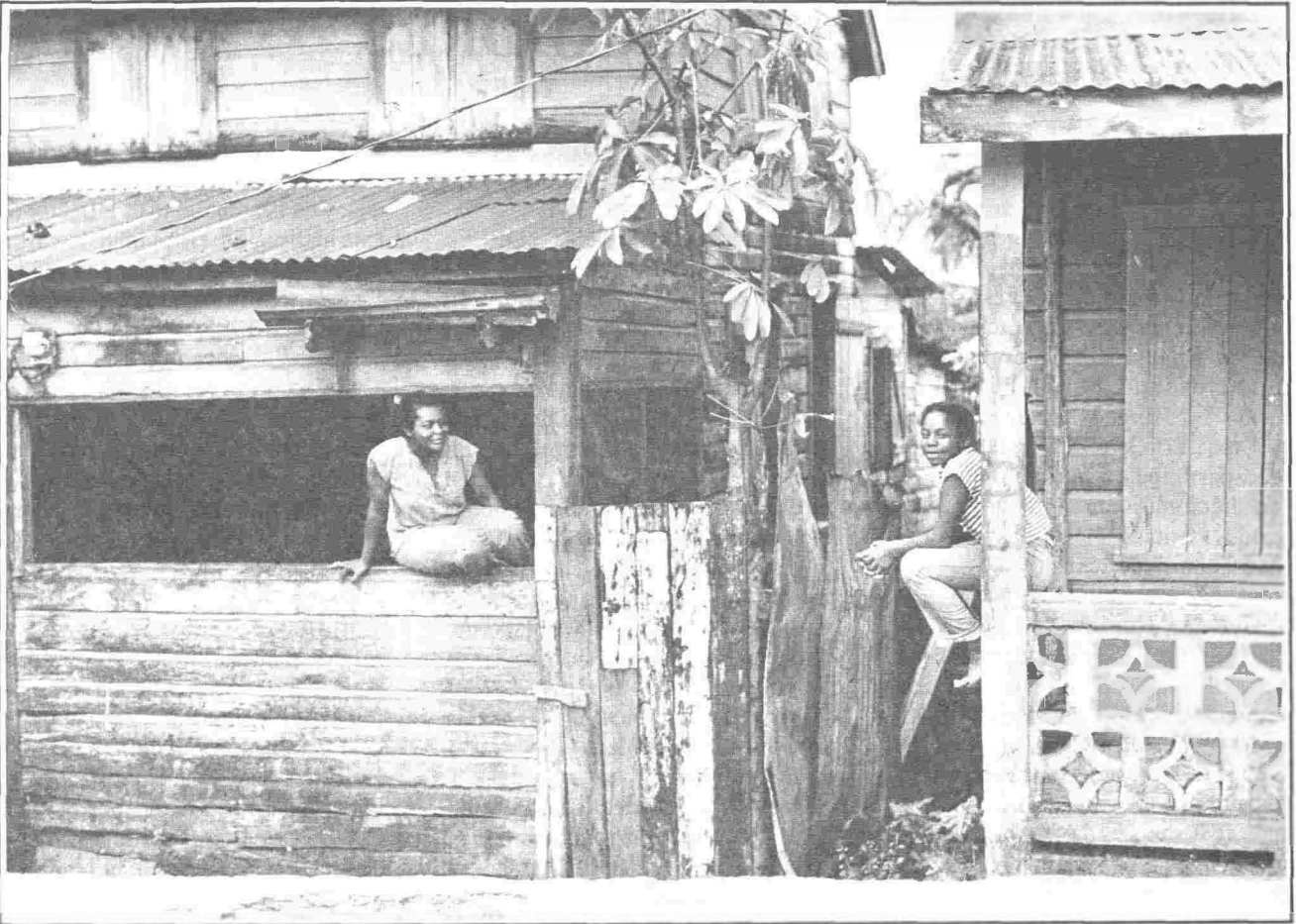


FOTO: HELEN M. ELLIS

- Ploeg, J. D. Van der. (1990) **Labor, Markets and Agricultural Production**. Westview Press. Boulder, Sn Fco. & Oxford. USA.
- Rizo, Zeledón Mario. (1991) "Tradición, derecho, autonomía: el ordenamiento consuetudinario en las comunidades indígenas de la RAAN". *Revista WANI*. No. 10, p. 72-83. CIDCA. Managua, Nicaragua.
- Rodríguez, Ileana. (1990) **Registradas en la Historia: 10 años de Lucha Feminista en Nicaragua**. Ed. del Centro de Investigación y Acción para los derechos de la Mujer. Managua. Nicaragua.
- Rojas, R. Alejandro. (1991) **Economía y Sociedad**. Edit. LIMUSA, México.
- Sujo Wilson, Hugo. (1991) "Historia oral de Bluefields". *Revista WANI*, No.10., p. 24-31. CIDCA. Managua, Nicaragua.
- Tijerino, Dominga y Vernooy Ronnie. (1991) "Comenzar de nuevo: los alrededores de Bluefields después del huracán 'Joan'." En el libro de Vernooy et al: **¿Cómo vamos a sobrevivir nosotros? Aspectos de las pequeñas economías y Autonomía de la Costa Caribe de Nicaragua**. CIDCA-UCA. Managua, Nicaragua.
- Vernooy, Ronnie. (1988) "Autonomía y desarrollo local: la Costa Atlántica de Nicaragua. (propuesta de investigación)" CIDCA. Managua.
- Vernooy et al. "Si el mercado manda, ¿para qué necesitamos gobierno?" *Revista WANI*, No. 11. CIDCA. Managua, Nicaragua.
- Vilas, Carlos. M.. (1990) "What Went Wrong". In *NACLA report on the Americas*. vol XXIV. p.10-18.
- Villarreal, Magdalena. (1990) **A struggle Over Images: Issues on Power, Gender and Intervention in a Mexican Village**. Msc.Thesis. Wageningen Agricultural University. The Netherlands.
- Wilson, Dorothea. (1991) *Entrevista en Brenes et al.* p. 152-167.

